Um *chef* de cozinha caiçara: a mestiçagem presente na gastronomia de luxo

Invited Paper

Cynthia Luderer[1]

[1]Doutoranda pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; bolsista pela CAPES, com programa sanduíche desenvolvido na Universitat Rovira i Virgilli; docente da UNIMONTE. profcynthia@hotmail.com

Este artigo tem como propósito analisar os interesses midiáticos pela produção gastronômica de um *chef* de cozinha caiçara que atuou no litoral norte de São Paulo e apresentava marcas mestiças oriundas de sua cultura alimentar. As informações foram procedidas a partir de pesquisa bibliográfica, de campo e documental e traz como apoio os estudos da mestiçagem e as teorias da análise do discurso das mídias. As comunidades brasileiras que se desenvolveram no litoral do Paraná, São Paulo e sul do Rio de Janeiro são reconhecidas como caiçaras. Elas foram isoladas do planalto pela Mata Atlântica, uma grande *muralha* natural, que contribuiu para que ali se resguardassem costumes alimentares próprios. Com as novas estradas e a especulação imobiliária no litoral norte de São Paulo, a região passou a ser procurada por pessoas de alto poder aquisitivo que mantêm ali suas segundas residências, favorecendo o local,contribuindo para seu desenvolvimento turístico e também gastronômico..

Palavras-Chave: caiçara; *chef* de cozinha; mestiçagem.

A chef caiçara: miscegenation in this luxury gastronomy

This article aims to analyze the media interests by producing a culinary chef caiçara who served on the northern coast of São Paulo and had marks crossbred derived from its food culture. Information was proceeded from literature, field and documentary and brings in support of mestizaje studies and theories of discourse analysis of the media. The Brazilian communities that developed on the coast of Paraná, São Paulo and southern Rio de Janeiro are recognized as caiçaras. They were isolated from the plateau by the Atlantic Forest, a great natural wall, which contributed to that there is to save own eating habits. With new roads and speculation on the northern coast of São Paulo, the region began to be sought by people with high purchasing power who keep their second homes there, promoting the site, contributing to tourism development and also gastronomic ..

Keywords: caiçara; chef; mestizaje.

Introdução

A gastronomia ganha importância no Brasil a partir de 1990 quando passa a ser valorizada e demasiadamente exposta pelos diversos meios de comunicação. Evidenciada como capital gastronômica, a cidade de São Paulo apresenta um número bastante significativo de estabelecimentos e eventos voltados para a produção e consumo dos alimentos. Alguns paulistanos, em seus momentos de ócio, procuram

[1] Doutoranda pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; bolsista pela CAPES, com programa sanduíche desenvolvido na Universitat Rovira i Virgilli; docente da UNIMONTE. profcynthia@hotmail.com

outras regiões próximas à cidade em busca de descanso, entretenimento, e consequentemente novas opções gastronômicas, ainda que tenham opções variadas na capital.

Dentre as regiões procuradas por essas pessoas estão as belas enseadas que pertencem ao município de São Sebastião, onde se estabelecem hotéis, condomínios e restaurantes de luxo. Em uma das praias, a de Maresias, foi mantido um restaurante, de 2007 a 2011, em que atuava o *chef* de cozinha Eudes Assis, o profissional apresentado neste artigo.

A busca dessa região por pessoas que moram nos grandes centros urbanos, quer vindas da capital paulista ou de outras grandes cidades que estejam próximas ao litoral norte paulista, transformaram, nas últimas décadas, a rotina das comunidades caiçaras que viviam e permaneciam ali, antes praticamente isoladas. Por ser moradora do litoral paulista e pesquisadora da área de comunicação e gastronomia, com estudos focados nos *chefs* de cozinha, a necessidade da discussão em torno dos acontecimentos culturais que tangem à culinária caiçara que se reflete, com o auxílio da mídia, na região onde vivem as comunidades caiçaras se justifica para esta pesquisadora.

O *chef* de cozinha caiçara Eudes Assis tem se diferenciado na gastronomia brasileira por revelar produções que valorizam os costumes culinários de sua região. O profissional tem ganhado espaços na mídia devido a esta proposta que passou a ser intitulada pela imprensa como cozinha neocaiçara. Os fatores que levam um *chef* de cozinha a ganhar evidência midiática são vários, mas aqui, de modo mais específico, questiona-se o que desperta o interesse da mídia por um *chef* de cozinha caiçara?

Os apontamentos apresentados aqui fazem parte de uma discussão que vem sendo desenvolvida em função de uma tese de doutorado. As análises partiram de pesquisas bibliográficas, de campo e documental. Por discutir-se um tema voltado aos aspectos culturais, dados históricos e geográficos serão enunciados junto à análise do discurso, para que se dê conta das observações em torno dos textos midiáticos aqui evidenciados.

Os caiçaras

Intitula-se como caiçara as comunidades que se desenvolvem entre o litoral paranaense e o sul fluminense e, por sua vez, mantêm-se fisicamente isoladas do planalto pela muralha da Mata Atlântica. Esse afastamento geográfico resguardou costumes dessa população que ainda podem ser observados a partir da produção culinária.

Tal população absorveu e desenvolveu uma mescla cultural baseada em costumes distintos. Além da cultura indígena, que é predominante, os caiçaras mantiveram os hábitos dos portugueses, assim como de outros europeus que se estabeleceram na região. Os africanos também contribuíram para a formação cultural dos caiçaras, uma vez que se estabeleceram na região desde o período colonial, servindo de mão de obra escrava nas fazendas locais.

A culinária caiçara foi desenvolvida com base nos ingredientes frescos oriundos da pesca e da serra. Os sambaquis[2] são evidências arqueológicas que indicam que os índios genuinamente brasileiros já tinham como hábito se alimentar de pescados e crustáceos. Os caiçaras, por sua vez, obtinham da mata, além da caça, as raízes e os vegetais.

[2] Amontoados de conchas e outros vestígios arqueológicos que servem como fonte de pesquisa para se conhecer a vida dos grupos humanos que se mantinham na costa brasileira antes da chegada dos europeus.

Quando se remete aos hábitos caiçaras verifica-se uma comunidade que mantém uma vida simples. Por estarem isolados e sujeitos às intempéries climáticas, essas pessoas desenvolveram rituais de sobrevivência com costumes singulares e que podem ser observados ao analisar-se o modelo de sua alimentação.

O escambo, por exemplo, era uma prática mantida entre eles. Aqueles que viviam na serra trocavam mercadorias com os que viviam no litoral. Nos lugares que não havia eletricidade e nem equipamentos para gelar os peixes a solução para mantê-los, em boas condições de consumo e por mais tempo, era salgá-los e secá-los. Assim, os pescados eram mantidos sobre o fogão à lenha para serem secos, mas havia uma série de cuidados específicos em torno deste procedimento. Com base em vários depoimentos de caiçaras da região sul do litoral do estado de São Paulo, Ferreira (2009) constatou que a lenha, por exemplo, teria que ser específica e que os pescados eram constantemente vigiados para que não pousasse sobre eles as moscas varejeiras. Também expuseram que os peixes deveriam ser gordos para que pudessem ser subjugados a esta técnica, pois o que os cozinhava era a sua própria gordura.

A mandioca, que tem sua origem na América Tropical, é uma iguaria de muito valor na culinária caiçara. Além do uso desta raiz no cotidiano alimentar, apresentada frita, assada ou cozida, a farinha dessa tuberosa também é bastante aplicada à produção dos pratos servidos nessas comunidades. O milho e o arroz também fazem parte da alimentação dos caiçaras que, assim como a mandioca, são consumidos como farinha no preparo de pirões ou pães que fazem parte da alimentação dessa população.

O processo da produção da farinha é mantido entre essas comunidades em ações coletivas, assim como a elaboração de outros alimentos ou na própria atividade pesqueira. A produção de alimentos entre eles é focada na relação social de ajuda mútua, e até mesmo as crianças são envolvidas nas atividades (FERREIRA, 2009). Depois dos eventos coletivos os grupos se reúnem para comemorar o resultado do trabalho desenvolvido.

A cana, assim como a banana, ambas originárias da África, também está bastante vinculada à cozinha caiçara. A monocultura da cana, que se manteve no Brasil por muitos anos, foi evidenciada nas fazendas do litoral paulista e os produtos originários do fruto, como a aguardente e o melaço, entraram para os hábitos alimentares da população caiçara. A banana também se destaca na culinária desse povo e é expressivamente mantida não apenas como produto primário, mas também como um produto secundário. O fruto[3], que apresenta uma grande diversidade na região, permitiu que a comunidade o mantivesse nos hábitos alimentares além da forma *in natura.*

O palmito é outra iguaria peculiar bastante significativa à cultura caiçara. Na Mata Atlântica, há vários tipos de palmeiras, mas foi o palmito jussara que se destacou como alimento na culinária caiçara até o século passado. Por questões ambientais a coleta desse palmito é proibida, pois ele faz parte da floresta nativa. Assim, a produção industrial voltou-se para o cultivo do palmito pupunha, que tem um sabor diferenciado e, consequentemente afeta no resultado da culinária caiçara original.

O efeito das segundas residências para a sustentabilidade no litoral norte paulista

Os problemas com a sustentabilidade, voltados para o meio ambiente, são relevantes quando se aborda a cozinha caiçara, pois trata-se de produções que requerem ingredientes frescos e naturais da região. A Mata Atlântica perdeu muito de sua floresta

[3] A banana é o produto que gera a maior fonte econômica para o litoral sul paulista, sendo industrializada e criando divisas para a região

no século XX e apenas na década de 80 é que a os ambientalistas começaram a agir em prol deste dano ambiental (DEAN, 1996, p.345). Algumas empresas se envolveram em defesa do meio ambiente por meio de ações políticas, com o interesse de manterem uma imagem positiva para a sociedade. A Petrobrás[4], que atua de maneira nociva em relação ao meio ambiente do litoral norte paulista (ibidem, p. 249), interferiu na pesca da região, sendo que o pescado é um produto primário para a cultura caiçara.

A extração do palmito e outros alimentos, que fazem parte da cultura alimentar caiçara, também se tornaram escassos e deixaram de estar presentes nas mesas dessas comunidades como outrora. Os motivos são diversos e fazem com que a quantidade, como a qualidade dos produtos, tenha perdido as características antes apresentadas. Espécies capturadas no mangue, como ostras e caranguejos, por exemplo, são mais raras e apresentam-se em tamanho menores do que em tempos vindouros.

Com isso, percebe-se que os problemas vinculados ao meio ambiente estendem-se a outras questões intrínsecas às comunidades caiçaras e agregam-se às questões sociais e econômicas da região. Pode-se perceber aqui como as ações voltadas para a sustentabilidade devem agir dentro dos princípios defendidos em 1997, na Conferência de Cúpula de Copenhague, quando a União Europeia formulou três pilares para o desenvolvimento sustentável, o social, o econômico e o ambiental. Assim, além dos aspectos relacionados ao equilíbrio ambiental, a viabilidade econômica das empresas que se instalam e a justiça social, incluindo os valores culturais, devem também ser considerados na construção da sustentabilidade.

São Sebastião fica no litoral norte de São Paulo, a 170 quilômetros da capital paulista, e foi um dos municípios que alcançou o maior índice de residências secundárias[5] no estado de São Paulo nas duas últimas décadas do século XX. As novas rodovias construídas e entregues à região nesse período estimularam em demasia para que este fato ocorresse. Tulik (2001, p. 58) expõe que "as cidades com índices expressivos de residências secundárias distribuem-se junto às principais rodovias paulistas" e é justo o que ocorre no litoral norte, mais especificamente em São Sebastião. Com a facilidade de acesso, junto ao conforto dos modernos automóveis, a região passou a ser alvo da especulação imobiliária e, consequentemente a ter mais ofertas para esse modelo de alojamento (Cruz, 2007, p. 59).

Essas facilidades colaboraram para que o paulistano, com algumas posses, viesse a escolher essa região para gozar o seu tempo livre, como no período de férias ou feriados. A saída de pessoas da capital nessas ocasiões é desproporcional às vias de acesso disponível e com isso há a ocorrência de congestionamentos nas estradas. Algumas rodovias passam à beira das cidades e das praias, inclusive a de Maresias, onde se localizava o restaurante em que atuava o *chef* Eudes Assis.

O mercado que se apresenta na atualidade fez com que as dinâmicas do trabalho mantidas pelos caiçaras, que antes eram organizadas em função da sazonalidade e em equilibro com as intempéries climáticas, deixassem de ser mantidas. Os habitantes, antes isolados dos grandes centros urbanos, foram deslocados de suas moradias, onde encontravam suas necessidades básicas, em função da especulação imobiliária. Passaram a desenvolver suas rotinas de acordo com a vinda dos turistas, que migram e incham a região, interferindo nos hábitos e na exploração econômica do lugar.

Na intenção de preservar a economia e a cultura de subsistência de algumas comunidades caiçaras, como também manter os hábitos das pessoas da região, existem

[4] Petróleo Brasileiro S.A. Refinaria e distribuidora dos derivados de petróleo para o Brasil e exterior.

[5] Residências secundárias são os alojamentos turísticos e particulares usados ocasionalmente para o lazer de pessoas que tenham domicílio permanente em outro lugar (CRUZ, 2007, p. 57)

iniciativas que apoiam a criação de cooperativas[6], como as de pesca. Mas, ainda assim, os habitantes desses lugares que passam a ser procurados por esse grande público têm suas rotinas rompidas. Para Tulik (2001, p.57) "a predileção pelos locais mais próximos [dos grandes centros] concorre para a saturação destes e para o aparecimento de problemas". São Sebastião é um exemplo significativo, pois a cidade encontra-se na *categoria excepcional* dentro dos índices de residências secundárias, o que significa que este município possui mais de 40% de habitações enquadradas como residências secundárias (ibidem, p.31).

Em relação a essa região, Fida (2008) expõe que após a década de 1950 a vida tradicional e as expressões singulares da cultura caiçara, como o uso de técnicas e simbolismos específicos, começam a se esvair. Para o autor, em relação à evolução cultural dessa população, ele designa que eles estariam em um quarto período, despontado depois da década de 1970, quando "o marco da desvalorização do caiçara em relação à sua cultura e modo de vida" marcará presença. Tal fato se dá com a urbanização e valorização da região com foco voltado para a especulação imobiliária que fará com que o caiçara tenha que buscar outros lugares para viver. Diferente do terceiro período, que o autor designa entre a década de 1950 a 1970, quando a região se caracterizava pela valorização turística e pelas paisagens naturais que ali se encontrava.

Para Luchiari (apud FIDA, 2008) foi a partir de 1980 que o turismo de elite passou a "conviver com os fluxos turísticos mais populares e a proliferação das construções de segundas residências imprimiu um desconcertante descompasso entre o lugar e a paisagem construída".

A relação que os índios mantinham com a natureza, relacionada a um religiosismo na esfera do sagrado, e provocava ações que demonstravam equilíbrio e respeito com a mata onde viviam, e foi modelo de conduta seguida pelos caiçaras (FIDA, 2008), deixou de ser notada na região. No início do século XX, o litoral havia sido abandonado pelos exploradores europeus o que oportunizou reaver as tradições vinculadas aos princípios naturais da vida caiçara. Nas últimas décadas a região passou a ser palco para a exploração dos interesses do mercado a fim de atender a um público que prega pelo consumo e tende a acompanhar as tendências da moda.

A cidade de São Sebastião, antes afastada pelo difícil acesso e de pouca valia, deixou de ser isolada. As vilas caiçaras que se espalhavam e se ordenavam, se interligavam e se articulavam a partir dos fenômenos da natureza, afim da população manter a produção que tiravam da terra rendeu-se a um mercado urbano e em expansão.

A culinária caiçara do *chef* Eudes Assis

Eudes Assis é um *chef* de cozinha caiçara que a partir de suas habilidades na gastronomia tem se exposto na mídia com a proposta de apresentar, divulgar e defender a cultura culinária de sua gente e de sua região. O profissional agrega em suas criações as memórias gustativas da infância, quando a mãe cozinhava para ele e seus vários irmãos iguarias que tinham como base os ingredientes da região, junto às técnicas francesas, absorvidas nos conceituados restaurantes brasileiros que trabalhou e nos cursos e vivências profissionais que teve no exterior.

Ainda que Eudes Assis tenha nascido no final da década de 1970, quando São Sebastião já passava pelas modificações vinculadas às facilidades de acesso dos turistas em busca de sua segunda residência, ele vivia no sertão da praia de Camburi, onde ainda mantinha, com sua família, muitos dos costumes nativos da região.

[6] Uma cooperativa que se tornou bastante significativa para defender e manter os hábitos caiçaras localiza-se em Cananéia, litoral sul do estado de São Paulo, e apoia, controla e comercializa o comércio de ostras da região.

Camburi é uma praia vizinha a Maresias, que também faz parte do distrito de São Sebastião, onde se instalam muitos restaurantes de alta gastronomia. Um deles, o Manacá, propriedade do sociólogo e *chef* de cozinha Edinho Engel, foi o pioneiro em apresentar qualidades diferenciadas em torno da gastronomia e oportunizou a Eudes iniciar a sua carreira profissional como cozinheiro. Esse estabelecimento sempre esteve em evidência na mídia e acabou se transformando, além de reduto de magnatas, em uma oportunidade de trabalho para muitas pessoas da comunidade que se interessavam em seguir no ramo da alimentação.

Em 2007, por motivos particulares, Eudes decidiu abandonar o cargo de personal *chef* em iates de ricos empresários que circulavam pela Europa e Estados Unidos para voltar a fixar residência em Camburi. Da experiência no exterior, além da vivência como profissional, trouxe como referência e aprendizagem o nacionalismo[7] exaltado pelas terras por onde passou. O profissional se impressionou, por exemplo, com a forma como os seus colegas italianos valorizavam os seus ingredientes e hábitos alimentares. Convicto de que esse espelho pudesse servir de modelo para divulgar a cultura caiçara, o *chef*, em parceria com empresários da região, estruturou o restaurante Seu Sebastião, em Maresias. O nome do local foi assim chamado para homenagear os vários pescadores caiçaras que trazem em seu batismo o nome do santo, que também dá nome à cidade.

Encontrar iguarias da culinária caiçara nas regiões onde essas comunidades se instalaram é raro e o *chef* expunha esse diferencial como proposta. As opções do cardápio traziam várias produções com uso de pescados, crustáceos e frutos do mar. Algumas criações, no entanto ganhavam destaque por serem produzidas com ingredientes da terra. A taioba, por exemplo, um tipo de folha que se assemelha à couve manteiga, passou a ser usada por Eudes Assis em algumas iguarias junto às mais refinadas técnicas da gastronomia francesa para compor alguns pratos. A hortaliça, comumente encontrada na região do *chef*, o remete em suas vivências desde a infância, como os bolinhos feitos por sua mãe com a folha, apresentados em um almoço oferecido por ele à imprensa[8], e ganharam valor aos presentes por estarem contextualizados a memória do *chef*.

A folha também ganhava valor diferenciado quando era apresentada junto a uma pescada cambucu[9], elaborada em crosta de banana da terra, sobre uma camada de pupunha grelhada e acompanhada com o creme de taioba (elaborado inclusive com vinho francês) e chips de inhame[10]. Esta composição era oferecida no cardápio do restaurante como parte do menu caiçara, e era acompanhada de uma entrada de folhas verdes com pitu flambado na cachaça, e vinagrete de caju e uma sobremesa, manga grelhada ao caramelo de capim santo, sorvete de tapioca e uma renda de amêndoas com gengibre[11]. Nas três produções predominam vários ingredientes que remetem à culinária

[7] O termo aqui empregado está considerado como forma de exaltação da qualidade de um povo. (BIGNAMI, 2002, p. 41).

[8] Almoço ocorrido em julho de 2009, o qual esta pesquisadora esteve como convidada em função da pesquisa em campo. Informações disponíveis em : http://divinoguia.blogspot.com.br/2009/08/cozinha-caicara-do-*chef*-eudes-assis.html. e http://prazeresdamesa.uol.com.br/exibirMateria/1954/-alta-cozinha-caicara-e-vinho-brasileiro-em-maresias-sp-jane-pizzato-reune-40-sommeliers-do-litoral-norte-no-seu-sebastiao. Acesso em 26 jul, 2012.

[9] Imagem disponível em <http://casa.abril.com.br/materia/receita-caicara-pescada-de-cambucu-em-crosta-de-banana-da-terra>. Acesso em 29 jul, 2012.

[10] Os portugueses quando chegaram ao Brasil confundiram a mandioca, base alimentar do indígena, com o inhame. Este já existia então na Europa. (AMORIM, 2010, p. 7)

[11] Imagens disponíveis em: <http://receitas.ig.com.br/salada-verde-com-pitu-flambado-na-cachaca-ao-vinagrete-de-caju/4ef4a6a9fb3b72f057000089.html>. Acesso em 29 jul, 2012

caiçara: o pitu, a pupunha, o inhame, a banana da terra, a cachaça, o caju, a manga, a própria taioba, o tipo de pescado e a tapioca, que se apresenta coroando a refeição por representar um dos ingredientes mais presentes na culinária caiçara, a mandioca. A finalização desses três pratos também expunha esteticamente aos símbolos nacionais, pois nas suas composições há a predominância das cores verde e amarela, as cores do Brasil.

A taioba, em particular, chamou a atenção dos meios de comunicação. Desde o almoço com a imprensa, em que os bolinhos feitos com a verdura foram apresentados, a folha passou a ser exposta em publicações impressas e virtuais[12] ou em programas de televisão[13]. A evidência do *chef* em relação ao ingrediente provocou a sua aproximação com outros profissionais renomados internacionalmente, como o *chef* frances Alain Ducasse[14], ou mesmo com conceituados profissionais brasileiros que passaram a procurá-lo para buscar mais informações sobre o produto para usá-lo em suas produções. Ainda, a divulgação de *sua* cozinha e dos ingredientes da terra contribuiu para que ele se evidenciasse nos programas políticos. Esse conjunto de fatores contribui para ele divulgar e manter ativo o projeto social que criou na região, o Buscapé, que tem como propósito oferecer às crianças carentes a oportunidade de aprender o ofício da profissão de cozinheiro e divulgar a culinária caiçara[15].

Além da taioba, outros ingredientes com diferentes sabores e origens, então considerados das bordas[16]para a gastronomia de luxo, também estão presentes nesses e em outros pratos criados por Eudes, mostrando que na culinária brasileira é difícil fugir dos traços mestiços que marcam a cultura da terra brasilis e que se agregam à cultura caiçara. Mas, é importante salientar que o *chef,* ainda que seja de origem caiçara, traz em sua bagagem experiências profissionais e vivências com outros valores e temperos que interferem em suas criações.

Essas produções, ainda que sejam divulgadas como de origem caiçara, trazem interações com um mercado e um modelo global, podendo torná-lo uma marca que adensa as noções do pensamento complexo defendidos

por Morin (1995). Para tal entendimento é possível trazer Salles (2006, p. 24), que apoiada nesse filósofo, discute o processo de criação como uma rede complexa, arguindo que a estagnação, inserida num modelo compartimentado, não cabe para entender as interações internas e externas que se inserem quando tratamos de construções de obras e que as referências de objetos fechados, estáticos e isolados se colocam em crise com essas novas referências voltadas à complexidade.

---

[12] Endereços virtuais evidenciam o destaque da taioba e a relação do produto com o *chef* Eudes Assis. *Chef* Eudes Assis será homenageado pela câmara municipal de São Paulo. Disponível em <http://saborealquimia.blogspot.com.br/2012/03/*chef*-eudes-assis-sera-homenageado-pela.html>Acesso em 30 jul, 2012; >;

[13] Lasanha de pupunha com lagostins, julienne de taioba com molho bisque em espuma e caviar de taioba. Disponível em:<http://todoseu.tvgazeta.com.br/pt/gastronomia/item/lasanha-de-pupunha-com-lagostins-julienne-de-taioba-com-molho-bisque-em-espuma-e-caviar-de-taioba>. Acesso em 29 jul, 2012.

[14] Imagem de Ducasse com Eudes e os bolinhos de taioba. Unidade Chácara Flora da Escola de Gastronomia da Estácio. Disponível em: <http://divinoguia.blogspot.com.br/2011/06/unidade-chacara-flora-da-escola-de.html>. Acesso em 30 jul, 2012.

[15] Honra ao mérito: Eudes Assis é homenageado em São Sebastião, litoral de São Paulo. Disponível em http://prazeresdamesa.uol.com.br/exibirMateria/4943/honra-ao-merito-eudes-assis-e-homenageado-em-sao-sebastiao-litoral-de-sp. Acesso em: 29 jul, 2012.

[16] Ferreira (1990, p. 10) entende como bordas a exclusão do centro, o que estaria no âmbito do popular e das periferias, o que está entre as culturas tradicionais e daquelas que detêm maior atualização e prestígio.

Os caiçaras estão imbricados na efervescência mestiça e heterogênea dos povos latinos de que fala Pinheiro (2004). Para este autor, as dicotomias do alto e do baixo, a complexidade, os traços barrocos que se dobram e se curvam, a falta de fronteiras com mobilidades e mosaicos intensificam a inconsistência e afastam as expressões latinas dos traços binários impostos pelos colonizadores europeus. Mas, ainda assim, as discussões da mídia em torno da gastronomia e das produções do *chef* que aqui é abordado acontecem dentro de parâmetros estáticos e voltados aos valores europeus.

A mídia e a gastronomia caiçara

A mídia impressa segmentada na área da gastronomia de luxo, mais especificamente as revistas[17], tem publicado matérias que abordam ingredientes nativos brasileiros. Frutos diferenciados, com destaque aos da Amazônia, são apresentados aos leitores, através de receitas inovadoras, com propostas de famosos *chefs* de cozinha. Ainda que este tema tenha sido foco de interesse por esses veículos midiáticos a sua divulgação não é demonstrada com explicidade nas capas das publicações. Quando os produtos são divulgados não são ilustrados *in natura,* apresentando-se transformados, como parte dos ingredientes das produções culinárias, e desenvolvidos com as mais modernas técnicas trazidas da Espanha. Dessa forma, o estrangeirismo ganha evidência na composição das receitas produzidas com alguns dos ingredientes genuinamente brasileiros, que são valorados por trazer como característica a presença de produtos e termos estrangeiros[18].

Eudes Assis, ainda que tenha sido escolhido como *chef* revelação em campanha divulgada por uma das revistas de alta gastronomia, a *Prazeres da mesa*, não teve suas produções mencionadas ou ilustradas na capa desta[19]ou de outras publicações. Seu nome foi mencionado em capa[20] como uma jovem promessa na área, sem, no entanto, relacionar o profissional com a cozinha caiçara que produz e divulga.

Se por um lado há campanhas na área da gastronomia, liderada por *chefs* e profissionais que se evidenciam nos veículos midiáticos, por ações que colaboram com a sustentabilidade no meio gastronômico, privilegiando, por exemplo, o uso dos produtos regionais e suas sazonalidades[21], por outro lado, nas capas das revistas

[17] Me refiro aqui às cinco revistas que vem sendo pesquisadas em função do desenvolvimento de uma tese. São elas: Gula; Menu, Alta Gastronomia, Prazeres da Mesa e Go Where Gastronomia

[18] Exemplos de produção gastronômica e suas chamadas expostas nas capas de revistas: *vôngole e tapioca em caldo de erva-mate iodado* (Gula,n. 182)- o vôngole é de origem italiana e o molusco de origem nacional é chamado de berbicão, mas o termo não aparece pois está relacionado ao consumo popular ; *lagosta grelhada com risotto de taioba e tomate puxado em alho frito* (Gula, n. 198)- a palavra risoto vem expressa com duas letras "t", assim como na Itália; *queijo minas: uma variedade de sabores* (Alta gastronomia, n.42)-ainda que a revista exponha o nome do ingrediente em destaque não apresenta a imagem do produto na capa ou de produções sugeridas com este ingrediente; *pirarucu com jambu e tucupi* (Menu, n. 132) - o prato ilustrado apresenta o peixe, mas o acompanhamento é feito no formato de caviar molecular ; *cuca com banana, queijo de cabra e calda de maracuja* (Prazeres da Mesa, n.15)- a produção é ilustrada para remeter o leitor à chamada do termo em inglês, *confort-food*.

[19] Revista *Prazeres da Mesa* n.82, de julho, 2010, p. 192,

[20] Revista *Prazeres da Mesa* n. 77, dez/jan , 2010. O sumário desta edição indica: *Do litoral, a cozinha neocaiçara do chef Eudes Assis.* O título desta matéria, divulgado na página 48, aponta: Estrela do mar: à frente do Seu Sebastião o *chef* Eudes Assis emerge das areias de Maresias com sua comida neocaiçara.

[21] Os temas de encontros e congressos dos profissionais da área, desde 2009, trazem discussões cada vez mais direcionadas à sustentabilidade, e consequentemente os *chefs* que se dedicam a um modelo de gastronomia considerada sustentável se destacam quando divulgam usar produtos e profissionais que estejam vinculados as suas respectivas regiões, o respeito à sazonalidade e o aproveitamento dos restos. Esses temas ganham espaço na imprensa. A revista *Prazeres da Mesa (n. 82, p. 195),* por exemplo, criou uma categoria de prêmio para os que se destacam no tópico da responsabilidade social na alimentação. Nesta mesma edição é divulgado o nome da *chef* premiada como a melhor do ano de 2010, Roberta Sudbrach e o destaque se dá por ela ter "o mérito de levar para

segmentadas do setor, ainda prevalecem as imagens de vinhos, assim como pratos e termos estrangeiros. Mas por que as propostas voltadas para a sustentabilidade no ramo da gastronomia ainda são relegadas para segundo plano, ou seja, não são explicitadas nas capas das revistas?

Na tentativa de entender os motivos da valorização do estrangeirismo nas revistas segmentadas de gastronomia, traz-se para análise argumentos em torno das questões culturais, vinculadas ao mercado de consumo e aos estudos de Charaudeau (2009), que discute a relação do contrato comunicativo entre a mídia e o leitor.

Ainda que o tema sustentabilidade seja recorrente, nas rodas de discussão dos profissionais da área gastronômica, inclusive nos congressos, a realização de ações são as vezes criticadas por serem incipientes. Dúvidas persistem em torno do consumo de ingredientes oriundos de pequenos produtores que não mantenham os respectivos cuidados com um controle de qualidade. Os arcabouços legais e fiscais também são problemas constantemente apontados e vivenciados pelos *chefs*, assim como a absorção de mudanças de hábitos pelo mercado consumidor, que se restringiria a um consumo de acordo com as ofertas sazonais das matérias primas. Essas discussões ainda pairam em muitas incertezas e novos modelos são construídos em torno de necessidades vindouras e tornam-se referências que ganham destaque em um mercado que favorece as tendências.

Para Bauman (2008, p. 71) a "sociedade de consumidores representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas". Desse modo, se verifica que "a vocação consumista se baseia, em última instância nos desempenhos individuais" (ibidem, p. 74) e, para tanto, os apelos se mantêm para que os indivíduos sempre precisem se equipar com produtos fornecidos por outros, mantendo assim o ciclo do consumo.

Com a intenção de entender a aparente incoerência da mídia impressa segmentada ao promover e divulgar em seus veículos de comunicação ações em prol do uso de ingredientes nacionais e ações sustentáveis, mas não os explicitarem nas publicações, se expõe a seguir, junto às reflexões sobre a sociedade de consumo, assinaladas por Baumann (2008), os aspectos que tangem as relações históricas e sociais que se evidenciam na sociedade brasileira.

Os termos estrangeiros que são enfatizados nas revistas, com destaque à língua francesa, ainda que possam ser necessários por estarem vinculados à história da gastronomia são excessivos e tornam-se relevantes por outros aspectos. Para Pietroluongo (1997, p.11) a terminologia francesa remete "a uma visão burguesa no mundo culinário gastronômico".

A gastronomia no Brasil passou a ser valorizada a partir dos anos 80 e este momento está relacionado com a vinda de alguns *chef*s franceses que vieram para o Rio de Janeiro para trabalhar nos estrelados hotéis da cidade. Claude Troisgros e Laurent Suaudeau, por exemplo, inseriram em seus cardápios, tradicionalmente franceses, frutos e outros ingredientes brasileiros. Nota-se então que os produtos nacionais passaram a ser valorizados na alta gastronomia pelo olhar do estrangeiro. Nos últimos anos, os mais renomados *chefs* espanhóis e depois franceses, em 2009 e 2010 respectivamente, vieram para o Brasil e também demonstraram entusiasmo com os mais variados sabores que se tem na terra brasilis.

---

a alta gastronomia ingredientes menosprezados". Eudes, anunciado como *chef* revelação, é exposto como o profissional que apresenta fartura e frescor nos pescados.

Desde os seus primeiros documentos que apontam o Brasil, como a carta de Pero Vaz de Caminha, por exemplo, nota-se que o olhar percebido por estrangeiros europeus em relação ao país tem características próprias. Para Bignami (2002, p. 35) os discursos pronunciados no exterior reconhecem o Brasil como sensual e emotivo. A hospitalidade do brasileiro e o desejo de estabelecer intimidade (PIRES, 2002,p.129) também faz parte dos estereótipos vinculados à imagem brasileira, assim como a cordialidade, um tema discutido por Buarque de Holanda e que não cabe aqui maiores apontamentos a respeito. Bignami (2002, p. 25) argumenta que:

> O Brasil acredita que o olhar estrangeiro o vê somente por meio de metáfora do país sensual e selvagem: um Éden paradisíaco com milhões de Evas nuas [...] Dessa forma entendemos que se o olhar estrangeiro vê a nação como um Éden selvagem é porque a própria nação se vende como tal.

Desse modo, ainda que a imprensa se baseie na formulação de discursos e os pronuncie para o público, ela precisa manter o contrato comunicativo[22] com ele. Para tanto, é preciso verificar a existência das ideias circulantes que se mantém na memória de seus leitores para que consiga permear os grupos sociais que lhe interessa.

Para Charaudeau (2009, p. 118), os enunciados expostos nos discursos circulantes tomam várias funções e entrecruzam-se no espaço público que, por sua vez, "não é único, nem um fato, nem um ponto de partida. Ele resulta da conjunção das práticas sociais e das representações [...] Essa interação dialética constrói um espaço público plural e em movimento" (ibidem, p. 120).

Tomando como referência este dado e agregando às conclusões explicitadas por Benetti (2008, p.25), que também tem como base o pensamento de Charaudeau, observa-se a relevância das noções de verdade e credibilidade para que se firme o contrato de comunicação entre a mídia e o leitor. Para tanto, cabe à mídia a lembrança que:

> existem três procedimentos básicos de fornecimento de provas de que algo que se narre é verdadeiro. O primeiro é a designação, que confere autenticidade ao que é mostrado, como se a verdade pudesse ser localizada no fenômeno. No jornalismo podemos pensar no uso das fotografias e das coberturas ao vivo, bem como a exibição de documentos confiáveis [...] o segundo é a reconstituição do fato, por meio do qual se busca atingir a verossimilhança. Por fim, a elucidação que configura a explicação ou a possibilidade determinar a razão dos fatos

A mídia que aqui se aborda atende em sua maioria leitores de classe A e B. Pessoas inseridas no mercado do consumo urbano e que podem estar vinculados às estruturas das segundas residências. Um público que privilegia hábitos e expressões européias, que os remete a um status de nobreza, e consequentemente se afasta das expressões mestiças latinas, a não ser que elas estejam enredadas para eles em forma de espetáculo.

Ainda que as editoras que se dedicam a segmentos na área de gastronomia possam ter a intenção de se manter entre os pilares da sustentabilidade, há a necessária estabilidade econômica nessas empresas para que se mantenham no mercado, o que provoca que o pilar da economia prevaleça. Assim, as revistas procuram manter seus

[22]Entende-se por contrato comunicativo que "Cada texto midiático traz um contrato proposto, em que o enunciador se dirige a um enunciatário, criado por meio de uma interpelação discursiva, em que uma modalização é proposta [...]. Essa proposição é feita na forma de um contrato comunicacional implícito, em que o enunciador apresenta razões para suas declarações e ilustra-as com narrativas modalizadoras, ancoradas em dados, infográficos , imagens, etc.". (PRADO, 2011)

discursos coerentes com seu público alvo, oriundos da classe A e B, para que o contrato comunicativo entre a publicação e o leitor seja efetivado. Desse modo, os outros pilares da sustentabilidade, os sociais e os ecológicos, quando abordados, atraem o enunciatário por modelos espetaculares, assim como apontados por Debord (2005), mantendo o contrato comunicativo com o seu público e vinculando os modelos propostos ao consumo, que mantém o pilar da economia.

Considerações finais

A mestiçagem latina está nas entrelinhas das discussões dessas publicações ainda que o público alvo da revista nem sempre atente para esta questão. Os termos e as estéticas franceses permanecem por meio do vocabulário e das técnicas, mas perdem a sua estaticidade ao se agruparem aos produtos tropicais. O *chef* Suaudeau (2007, p. 70), inclusive, critica as escolas de gastronomia que ensinam a aplicar as técnicas francesas sem nenhuma adaptação aos produtos brasileiros.

O *chef* Eudes Assis e suas produções caiçaras que, a princípio, seriam considerados produtos das bordas, ao serem apresentados junto à mídia de modo espetacular, apresentam padrões estéticos aceitos e vinculados à gastronomia de luxo europeia[23], ganhando assim reconhecimento de uma elite consumidora que busca produtos com esse perfil. Por sua vez, a realidade da comunidade caiçara, que foi desestruturada em função da invasão imobiliária e interesses diversos em torno da especulação financeira, não é apresentada para os leitores[24]. O espetáculo das imagens, o processo de higienização das cidades que são mostradas aos turistas e os estereótipos vinculados aos padrões do não lugar (Augé, 1994) não permitem o leitor visualizar outros dados além das próprias produções gastronômicas ou das imagens de *chefs* vestidos em suas domas alvejantes que aparentemente não suam e nem ao menos se sujam em suas cozinhas.

Nesse modelo de publicação que se mantém é questionável se o leitor, ao desconhecer as práticas e o entorno, conseguirá avançar em suas reflexões para perceber a complexidade que existe a sua volta. Outros veículos de comunicação, como os meios eletrônicos, ao interligarem-se às revistas, é que oportunizam a divulgação de dados que completam as edições, ampliando os modelos de produções gastronômicas que por ora não são apresentadas impressas.

Na *Prazeres da Mesa* de janeiro de 2010, por exemplo, o bolinho de arroz com taioba, uma das referências do menu degustação do então restaurante Seu Sebastião, e que foi ensinado para o *chef* Eudes Assis por sua mãe, não aparece nem mesmo nas páginas internas da publicação. A estética dessa iguaria está fora dos padrões imagéticos para ser apresentada em uma revista de gastronomia de luxo, mas pode ser aceita pelos internautas. Desse modo, os bolinhos poderiam ser vistos na página virtual da revista[25].

[23] O arroz lambe-lambe, um prato originalmente feito para um coletivo e com aparência que remete às características barrocas é um exemplo, pois é apresentado por Eudes Assis como risoto lambe-lambe. A proposta do *chef* favorece a linguagem estrangeira, com o termo risoto, o individualismo e mantém uma estética linear como valorizada na tradicional alta gastronomia.
Imagem disponível em: http://prazeresdamesa.uol.com.br/exibirMateria/2527/estrela-do-mar. Acesso em 29 jul 2012

[24] Esse modelo da especulação imobiliária que oportunizou a aproximação de Eudes Assis e suas produções caiçaras com o mercado de luxo e a mídia também o levou a fechar o restaurante, posto no processo da renovação do contrato o aluguel do imóvel ter atingido cifras proibitivas para que o restaurante fosse mantido. A praia de Maresias vive d e sazonalidade e o movimento dos da região se limita ao período de verão. O *chef* atualmente atua em restaurantes na capital paulista.

[25] Imagens disponível em : < http://prazeresdamesa.uol.com.br/exibirMateria/4943/honra-ao-merito-eudes-assis-e-homenageado-em-sao-sebastiao-litoral-de-sp>. Acesso em 30 jul, 2012.

O preparo do peixe azul marinho, prato tipicamente vinculado à cultura caiçara, também foi divulgado desta forma, ainda que não era oferecido no restaurante e dificilmente seja encontrado em outros estabelecimentos do litoral. Essas receitas produzidas pelo *chef* evidenciam o seu aprendizado, vinculado a uma história oral e por imitação, de acordo com o modelo de repetição familiar e comunitário. Nesses e em outros exemplos de iguarias, que se mantém e repercute por imitação, é que podemos encontrar as manifestações da memória. Mas, um passado relacionado às bordas talvez não seja o desejo de consumo de sujeitos que saíram dessa condição e chegaram a uma classe social que permita o consumo de produtos de luxo, ora apresentados e vinculados pelos meios de comunicação com uma nobreza, a qual esses consumidores não faziam parte.

A ênfase dada a um *chef* caiçara pela mídia, assim como a outros c*hefs* brasileiros, demonstra que eles podem ser dispositivos para atender a um movimento de tendência que valoriza a gastronomia como um produto para acelerador o mercado de consumo. As vésperas de importantes acontecimentos esportivos internacionais no Brasil, como a Copa do Mundo, em 2014, e as Olimpíadas, em 2016, e o recente acordo firmado da Embratur (Empresa Brasileira de Turismo) com o *chef* Alex Atala, o mais conceituado entre os *chefs* brasileiros, usando-o para promover a gastronomia no mercado externo, são fatos que demonstram que a economia, o turismo e a gastronomia brasileiros estão atrelando seus interesses e suas forças.

Vale atinar que esse processo pode ser um passo para a valorização da memória e da complexidade mestiça inserida na cultura brasileira, modelos instituídos até então como parte da cultura das bordas. Mas, ainda que os interesses demonstrem ser positivos, é preciso estar atento para perceber os aspectos nocivos desse movimento com princípios nacionalistas que são inseridos de fora para dentro. A ver as conseqüências desse ciclo de interesses após o ano de 2016 e se as ações darão conta de projetar e valorizar a culinária local para contribuir para uma melhorara em relação às condições de desigualdades sociais do país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, Chistina. **Café com peixe**.São Vicente, SP, Editora do Autor, 2010.

AUGÉ, Marc. **Não-Lugares***:* Introdução a uma antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papirus, 1994.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. A tranformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008.

BENETTI, Márcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia**: revista transdisciplinar de comunicação , semiótica, cultura/Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. São Paulo, 2008, n. 15, p. 13-28

BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo**. Construção, desafios e vantagem competitiva. São Paulo: Aleph, 2002.

BUENA, Ana; DIEGUES, Antonio Carlos; D'ALESSIO, Vito. **Culinária caiçara**-O sabor entre a serra e o mar. São Paulo, Dialeto Latin American Doamentag, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografias do turismo**: de lugares a pseudo lugares. São Paulo:Roca, 2007.

DEAN, Warren. **A ferro e a fogo**- a história e a devastação da Mata Atlântica brasileira. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

FERREIRA, Jerusa Pires. Heterônimos e cultura das bordas: Rubens Lucchetti. **Revista USP**, São Paulo, n.04, p. 169-174, dez/fev 1989/1990. Disponível em : <http://www.intermidias.com/jerusa1/textos/ArtigoJerusaPiresFerreira_Heteronimos%20e%20Cultura%20das%20Bordas_Intermidias8.pdf>. Acesso em 27 jul, 2012.

FERREIRA, Marina Vianna; JANKOWSKY, Mayra. **Cozinha caiçara-** encontro de histórias e ambientes São Paulo, Editora Terceiro Nome, 2009.
FIDA, André; RICCI, Fábio. **Litoral norte paulista:** a exclusão do caiçara no século XX. set. 2008. Disponível em: <http://www.anpuhsp.org.br/sp/downloads/CD%20XIX/PDF/Paineis/Andre_Fida.pdf>. Acesso em 22 jul. 2012.
MORIN, Edgar. **Introducción al pensamiento complejo**. Barcelona: Gedisa, 1995.
PIETROLUONGO, Marcia Attála. **O espetáculo do instante**. Uma análise das representações sociais do discurso gastronômico francês contemporâneo. Tese de doutorado em língua francesa e literatura de língua francesa. Departamento de letras neolatinas, Letras da Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.
PINHEIRO, Amálio. Por entre mídias e artes, a cultura. **Ghrebh**. nov 2004. Disponível em <http://revista.cisc.org.br/ghrebh6/artigos/06amalio.htm>. Acesso em 20 jul, 2012.
PIRES, Mário Jorge. **Raízes do turismo no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Manole, 2002.
PRADO, José Luiz Aidar. **Regimes de modalidade em revistas**- análise multifocal dos contratos de comunicação, PUC-SP, CNPQ,2011, Multimídia.
SALLES, Cecília A. **Redes da Criação**. Construção da obra de arte. São Paulo: ed Horizonte, 2006.
SUAUDEAU, Laurent. **Cartas a um jovem *chef***. 3 ed. Campus,RJ:Elsevier, 2007
TULIK, Olga. **Turismo e meios de hospedagem**. Casas de temporada. São Paulo: ed Roca, 2001.

Sites pesquisados:

BARTABURO, Xavier. **A via do vôngole**. Disponível em <http://www.slowfoodbrasil.com/documentos/vangole-web.pdf>. Acesso em 20 jul 2012.
OS CAIÇARAS de Paraty- parte 1. Disponível em<http://www.youtube.com/watch?v=SHwWRm7LVpk>. Acesso em 19 jul, 2012.
OS CAIÇARAS de Paraty- parte 2. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=Bia7vUf9Zro&feature=related>. Acesso em 19 jul, 2012.
OS CAIÇARAS de Paraty- parte 3. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=BI3a1mXIUDk&feature=related>. Acesso em 19 jul, 2012.
PROJETO Brasilidade mostra quem é o brasileiro 2010: otimista, batalhador e com autoestima elevada. Disponível em: < <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5QtSkVatsp4J:www.nossadica.com/projeto-brasilidade.php+sergio+buarque+de+holanda+vergonha+de+ser+brasileiro&cd=1&hl=nl&ct=clnk&gl=br>. Acesso em 21 jul. 2012
SUSTENTABILIDADE – do modelo à implementação. Disponível em <http://www.goethe.de/ges/umw/dos/nac/den/pt3106180.htm>. Acesso em: 24 jul, 2012.