



**Breno de Paula Andrade Cruz**  
Professor Adjunto IV da Gastronomia (UFRJ), coordenador do *TransGarçonne* e do grupo de pesquisa *Consumo, Gastronomia e Redes Sociais Virtuais* (CNPq). É criador das coleções 'Gastronomia, Gestão e Sustentabilidade' e 'Gastronomia: Ensino, Pesquisa e Extensão' pela Editora CRV. Possui mais de 100 textos publicados em periódicos e congressos nacionais e internacionais.



**Daniela Alves Minuzzo**  
Professora do curso de Gastronomia da UFRJ, tecnóloga em Gastronomia, bacharel em Nutrição, especialista em Justiça de Gênero e Políticas Públicas, mestre em Ciência de Alimentos, doutoranda em Alimentação, Nutrição e Saúde, e coordena a ação de extensão "Cunhã: Gastronomia, Alimentação e Feminismo".

# GASTRONOMIA

## Pesquisa, Ensino e Extensão

**Gastronomia: Pesquisa, Ensino e Extensão** é o segundo volume da coleção 'Gastronomia: Ensino, Pesquisa e Extensão' e apresenta textos que evidenciam o caráter plural da Gastronomia. Os seis capítulos de Pesquisa tratam de temas extremamente diversos, abordando desde a questão linguística, sobre termos usados na área e seus significados, passando por questões históricas e culturais de alimentos tradicionais e de modos de se alimentar, até questões de gestão, criatividade e identidade em restaurantes. Os quatro capítulos de Ensino demonstram possibilidades de ir além, engajando discentes dos cursos de Gastronomia em atividades que utilizam linguagem contemporânea, que contemplam a diversidade de pessoas que se alimentam e que geram experiências práticas que instigam a aplicação e reflexão sobre a teoria. Por fim, os quatro capítulos de Extensão apresentam experiências transformadoras na sociedade pela Gastronomia, tratando, inclusive, dos desafios da extensão em um momento de distanciamento físico. No conjunto, esses textos nos instigam a pensar novos caminhos para a consolidação do potencial acadêmico-científico e social da Gastronomia.



Breno de Paula Andrade Cruz  
Daniela Alves Minuzzo (Orgs.)

Gastronomia: Pesquisa, Ensino e Extensão

Editora CRV



Breno de Paula Andrade Cruz  
Daniela Alves Minuzzo  
Organizadores

GASTRONOMIA  
Pesquisa, Ensino  
e Extensão

Coleção Gastronomia:  
Ensino, Pesquisa e Extensão  
Volume 2



O segundo volume desta coleção evidencia a diversidade de pesquisas, práticas de ensino e ações de extensão desenvolvidas na área da Gastronomia. O volume inova ao incluir relatos de experiências de ensino, que rompem com os modelos tradicionais e buscam o engajamento de discentes pela práxis. Celebra-se a ampliação do diálogo com outras universidades para além da UFRJ, o que certamente contribuiu para a formação de perspectivas mais múltiplas. Os seis capítulos de pesquisa, quatro de ensino e quatro de extensão reforçam o potencial acadêmico-científico e social da Gastronomia.

Breno de Paula Andrade Cruz  
Daniela Alves Minuzzo  
(Organizadores)

## GASTRONOMIA: Pesquisa, Ensino e Extensão

Coleção Gastronomia: Ensino, Pesquisa e Extensão  
Volume 2

Editora CRV  
Curitiba – Brasil  
2021

Copyright © da Editora CRV Ltda.

**Editor-chefe:** Railson Moura

**Diagramação e Capa:** Diagramadores e Designers CRV

**Foto de Aba (Breno de Paula Andrade Cruz):** Shala Felippi

**Revisão:** Daniela Alves Minuzzo

---

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

CATALOGAÇÃO NA FONTE

Bibliotecária responsável: Luzenira Alves dos Santos CRB9/1506

---

G246

Gastronomia: Pesquisa, Ensino e Extensão / Breno de Paula Andrade Cruz,  
Daniela Alves Minuzzo (organizadores) – Curitiba : CRV, 2021.

268 p. (Coleção Gastronomia: Ensino, Pesquisa e Extensão – volume 2)

Bibliografia

ISBN Coleção Digital 978-65-5578-058-1

ISBN Coleção Física 978-65-5578-063-5

ISBN Volume Digital 978-65-5868-656-9

ISBN Volume Físico 978-65-5868-657-6

DOI 10.24824/978655868657.6

1. Gastronomia 2. Gastronomia – pesquisa 3. Gastronomia – ensino 4. Gastronomia – extensão I. Cruz, Breno de Paula Andrade. org. II. Minuzzo, Daniela Alves. org. III. Título IV. Série.

---

CDU 641

CDD 641.013

---

Índice para catálogo sistemático

1. Gastronomia 641.013

ESTA OBRA TAMBÉM ENCONTRA-SE DISPONÍVEL

EM FORMATO DIGITAL.

CONHEÇA E BAIXE NOSSO APLICATIVO!



2021

Foi feito o depósito legal conf. Lei 10.994 de 14/12/2004

Proibida a reprodução parcial ou total desta obra sem autorização da Editora CRV

Todos os direitos desta edição reservados pela: Editora CRV

Tel.: (41) 3039-6418 – E-mail: [sac@editoracrv.com.br](mailto:sac@editoracrv.com.br)

Conheça os nossos lançamentos: [www.editoracrv.com.br](http://www.editoracrv.com.br)

## **Conselho Editorial: Comitê Científico:**

- Aldira Guimarães Duarte Domínguez (UNB)  
Andréia da Silva Quintanilha Sousa (UNIR/UFRN)  
Anselmo Alencar Colares (UFOPA)  
Antônio Pereira Gaio Júnior (UFRRJ)  
Carlos Alberto Vilar Estêvão (UMINHO – PT)  
Carlos Federico Dominguez Avila (Unieuro)  
Carmen Tereza Velanga (UNIR)  
Celso Conti (UFSCar)  
Cesar Gerônimo Tello (Univer. Nacional  
Três de Febrero – Argentina)  
Eduardo Fernandes Barbosa (UFMG)  
Elione Maria Nogueira Diogenes (UFAL)  
Elizeu Clementino de Souza (UNEB)  
Élvio José Corá (UFFS)  
Fernando Antônio Gonçalves Alcoforado (IPB)  
Francisco Carlos Duarte (PUC-PR)  
Gloria Fariñas León (Universidade  
de La Havana – Cuba)  
Guillermo Arias Beatón (Universidade  
de La Havana – Cuba)  
Helmut Krüger (UCP)  
Jailson Alves dos Santos (UFRJ)  
João Adalberto Campato Junior (UNESP)  
Josania Portela (UFPI)  
Leonel Severo Rocha (UNISINOS)  
Lídia de Oliveira Xavier (UNIEURO)  
Lourdes Helena da Silva (UFV)  
Marcelo Paixão (UFRJ e UTexas – US)  
Maria Cristina dos Santos Bezerra (UFSCar)  
Maria de Lourdes Pinto de Almeida (UNOESC)  
Maria Lília Imbiriba Sousa Colares (UFOPA)  
Paulo Romualdo Hernandes (UNIFAL-MG)  
Renato Francisco dos Santos Paula (UFG)  
Rodrigo Pratte-Santos (UFES)  
Sérgio Nunes de Jesus (IFRO)  
Simone Rodrigues Pinto (UNB)  
Solange Helena Ximenes-Rocha (UFOPA)  
Sydione Santos (UEPG)  
Tadeu Oliver Gonçalves (UFPA)  
Tania Suely Azevedo Brasileiro (UFOPA)
- Ana Maria Ferreira Menezes (UNEB)  
Ana Monteiro Costa (UPE)  
Anderson Catapan (UTFPR)  
André Nunes (UnB)  
Antonio Isidro da Silva Filho (UNB)  
Armando João Dalla Costa (UFPR)  
Breno de Paula Andrade Cruz (UFRJ)  
Carlos Alberto Ramos (UNB)  
Claiton Ataídes de Freitas (UFSM)  
Claudio Gontijo (UFSJ)  
Daniel Arruda Coronel (UFSM)  
Eduardo Armando (FIA)  
Jose Carlos de Souza Santos (USP)  
Luis Cláudio de Jesus Silva (UFRR)  
Maria de Lourdes Rollemburg Mollo (UnB)  
Marlete Beatriz Maçaneiro (UNICENTRO)  
Mauricio Sardá de Faria (UFRPE)  
Renata gomes de Jesus (IFES)  
Vanessa de Oliveira Menezes (UNICENTRO)  
Walter Bataglia (MACKENZIE)

Este livro passou por avaliação e aprovação às cegas de dois ou mais pareceristas *ad hoc*.

# SUMÁRIO

PREFÁCIO .....	11
<i>Paulo Henrique Machado de Sousa</i>	
CAPÍTULO 1	
O TERMO ‘GOURMET’: sua construção histórica na Gastronomia e o uso nas avaliações <i>online</i> de restaurantes.....	15
<i>Renato Augusto da Silva Monteiro</i>	
Breno de Paula Andrade Cruz	
Lincoln Sousa de Oliveira	
Steven Dutt Ross	
CAPÍTULO 2	
DIÁLOGOS ENTRE AS CULTURAS GASTRONÔMICAS FRANCESA E BRASILEIRA: um panorama a partir da pesquisa dos termos franceses.....	31
<i>Rita Maria Ribeiro Bessa</i>	
<i>Patrick da Silva Cardoso</i>	
CAPÍTULO 3	
“SERVING MY SOUL”: a identidade e o processo criativo na Gastronomia pela obra de Dominique Crenn.....	51
<i>Danielle Rezende da Silva</i>	
<i>Daniela Alves Minuzzo</i>	
CAPÍTULO 4	
VEGANISMO E GASTRONOMIA – PANORAMA HISTÓRICO E INTER-RELAÇÕES.....	77
<i>Márcia Pimentel Magalhães</i>	
CAPÍTULO 5	
DOCE DE ESPÉCIE DE GERGELIM: origem e importância cultural dos alimentos tradicionais .....	91
<i>Paulo César Bandeira Moreira</i>	
<i>Anna Erika Ferreira Lima</i>	

CAPÍTULO 6	
EMPREGO DA ESCALA DINESERV NA	
MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DOS	
SERVIÇOS EM REDES DE FAST FOOD.....	107
<i>Juliana Damaris Cândido de Lima</i>	
<i>André Luis Policani Freitas</i>	
<i>Letícia Ferreira Tavares</i>	

## **ENSINO EM GASTRONOMIA**

CAPÍTULO 7	
ESPECÍFICOS, MAS NÃO ESQUECIDOS! ENSINO	
EM GASTRONOMIA VOLTADO AO PÚBLICO COM	
RESTRIÇÕES ALIMENTARES.....	127
<i>Paula Albuquerque Penna Franca</i>	
<i>Ceci Figueiredo de Moura Santiago</i>	
<i>Juliana Damaris Cândido de Lima</i>	

CAPÍTULO 8	
ELABORAÇÃO DA MATRIZ SWOT PARA	
EMPREENDIMENTOS GASTRONÔMICOS:	
uma experiência de Ensino e Pesquisa com discentes	
de Gastronomia da UFRJ.....	141
<i>Breno de Paula Andrade Cruz</i>	
<i>Arthur Dutton</i>	
<i>Raquel Alves da Silva da Costa</i>	

CAPÍTULO 9	
ENSINO DE EMPREENDEDORISMO	
NA GASTRONOMIA: uma experiência	
a partir do Projeto Mandioca .....	157
<i>Maria Eliza Assis dos Passos</i>	
<i>Ivan Bursztyn</i>	

CAPÍTULO 10	
DA PANELA À TELA: uma experiência do uso de meios	
digitais em práticas de ensino de Gastronomia.....	177
<i>Sinval Espírito Santo</i>	

## **EXTENSÃO EM GASTRONOMIA**

<b>CAPÍTULO 11</b>	
APROVEITANDO A POLPA DO COCO	
VERDE: estratégia para o combate à fome	
e ao desperdício de alimentos.....	201
<i>Ingrid Conceição Dantas Guerra</i>	
<i>Ellen dos Santos Cordeiro</i>	
<i>Giovanna Carolina Weizel Lacouth</i>	
<i>Carlos Antônio Henrique Sobrinho</i>	
<i>Tatiana Zanella Rodrigues</i>	
<b>CAPÍTULO 12</b>	
PROJETO DE EXTENSÃO SABERES,	
SABORES E PRÁTICAS GASTRONÔMICAS	
DA CULINÁRIA BRASILEIRA.....	215
<i>Thaina Schwan Karls</i>	
<i>Camila Pinheiro Coura</i>	
<i>Mara Lima De Chop</i>	
<i>Guilherme Shitomi Akiyoshi</i>	
<i>Sarah de Freitas Batista</i>	
<b>CAPÍTULO 13</b>	
PROJETO CONVIVIUM E A QUALIFICAÇÃO DA	
GESTÃO DO RESTAURANTE COMUNITÁRIO DE	
QUILOMBO DO CAMPINHO (PARATY, RJ).....	227
<i>Ceci Figueiredo de Moura Santiago</i>	
<i>Ivan Bursztyn</i>	
<i>Marcelo Azevedo</i>	
<i>Vinícius Rangel</i>	
<i>Luiza Rodrigues</i>	
<b>CAPÍTULO 14</b>	
EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NA	
GASTRONOMIA DURANTE A PANDEMIA	
E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS .....	243
<i>Breno de Paula Andrade Cruz</i>	
<b>ÍNDICE REMISSIVO .....</b>	251
<b>SOBRE OS AUTORES .....</b>	259

# PREFÁCIO

Os cursos de gastronomia estão amplamente distribuídos por todo o Brasil, ainda com um ensino majoritariamente técnico, com pouca ou nenhuma inserção da pesquisa nos currículos, sejam nos cursos Tecnológicos ou Bacharelados. Nas matrizes dos cursos o que se observa são cópias dos modelos eurocêntricos de ensino, o que não impede, mas dificulta a pesquisa dos insumos locais e seus usos, nossas técnicas de preparo dos alimentos e a investigação mais a fundo da cultura gastronômica brasileira.

Já a extensão universitária é bem estabelecida nos cursos de Gastronomia, onde se realiza o processo educativo, algumas vezes também cultural, mas é necessária a articulação entre o ensino e a pesquisa, o que viabiliza a relação transformadora entre universidade e sociedade, solidificando o tripé indissociável do ensino, pesquisa e extensão em que o ensino superior brasileiro deve estar fundamentado. Embora isso já esteja consolidado em muitos cursos, esse ainda é um grande desafio para os Cursos de Gastronomia.

Os ensaios deste segundo volume do *Gastronomia: Pesquisa, Ensino e Extensão* trazem contribuições que nos faz perceber que a gastronomia permeia por diferentes áreas do saber, de caráter inter, trans e multidisciplinar, sendo inerente a ela a articulação obrigatória com diversas áreas do conhecimento, sendo exemplos mais próximos algumas grandes áreas, tais como Nutrição, Química, Agronomia, Biologia, História e Antropologia.

Nos dois primeiros capítulos são apresentadas reflexões a respeito de termos franceses e sua influência na cultura gastronômica brasileira. No primeiro, “O termo ‘gourmet’: sua construção histórica na gastronomia e o uso nas avaliações online de restaurantes”, a partir dos dados da plataforma *Tripadvisor*, realizou-se uma análise empírica probabilística da utilização do termo Gourmet nas avaliações dos restaurantes do estado do Rio de Janeiro. No “Diálogos entre as culturas gastronômicas francesa e brasileira: um panorama a partir da pesquisa dos termos franceses” os autores apresentam um recorte da pesquisa e do diálogo que vem se estabelecendo entre os cursos de Letras e de Gastronomia da Universidade Federal da Bahia.

No capítulo “Serving my soul”, as autoras analisaram a identidade e o processo criativo na Gastronomia, entendendo as etapas para sua construção, traçando um paralelo com o processo criativo na gastronomia, pela análise da vida e obra de Dominique Crenn.

Em seguida, o estudo “Veganismo e Gastronomia – panorama histórico e inter-relações” defende que a sociedade precisará rever seus padrões de consumo alimentar para atender aos anseios crescentes das sociedades contemporâneas com os direitos dos animais e todos os temas inter-relacionados como a gastronomia, a alimentação, a nutrição, sustentabilidade do meio ambiente e a indústria de alimentos, de modo a entender o papel de cada um e sua importância nas perspectivas futuras.

O capítulo “Doce de espécie de gergelim: origem e importância cultural dos alimentos tradicionais” trata de uma revisão bibliográfica explorativa quantitativa e analítica das informações sobre a origem do doce de espécie de gergelim, buscando informações nos registros da trajetória da formação da doçaria brasileira. De acordo com os autores, “planejou-se, neste artigo, expor e compreender também os significados do preparo como um ritual para a transformação do alimento em comida”.

O capítulo “Emprego da escala Dineserv na mensuração da qualidade dos serviços em redes de *fast food*” teve como objetivo mensurar a qualidade dos serviços em restaurantes *fast food* utilizando a escala Dineserv, que é uma adaptação da escala Servqual para indústrias de restaurantes, que se fundamenta na obtenção da diferença entre desempenhos e expectativas segundo a percepção dos consumidores.

O relato de experiência didática de ensino “Específicos, mas não esquecidos! Ensino em Gastronomia voltado ao público com restrições alimentares” apresenta a abordagem de temas da nutrição com ênfase nas adaptações dietéticas que precisam ser realizadas para doenças com implicações nutricionais para alunos da gastronomia, incluindo os estranhamentos e descobertas que surgiram ao longo do percurso didático.

O empreendedorismo aplicado na gastronomia é abordagem dos dois capítulos seguintes: “Elaboração da Matriz SWOT para empreendimentos gastronômicos: uma experiência de Ensino e Pesquisa com discentes de Gastronomia da UFRJ” e “Ensino de Empreendedorismo na Gastronomia: uma experiência a partir do Projeto Mandioca”.

No capítulo “Da panela à tela: uma experiência do uso de meios digitais em práticas de ensino de Gastronomia”, o autor buscou apresentar o uso de ferramentas digitais como forma de captar a atenção de um aluno contemporâneo.

A extensão universitária apresenta-se como uma das práticas acadêmicas com potencial para interpretar, na universidade, as demandas que a sociedade impõe, uma vez que permite socializar o conhecimento e promover o diálogo entre o saber científico e o saber popular.

No primeiro capítulo de extensão os autores apresentam o projeto “Aproveitando a polpa do coco verde: estratégia para o combate à fome e ao desperdício de alimentos” e seus resultados, que propõe trabalhar dentro da prerrogativa da sustentabilidade e difundir tecnologias para promover a inclusão social e produtiva diminuindo o desperdício e combatendo à fome.

Em seguida, é apresentado o “Projeto de Extensão Saberes, Sabores e Práticas Gastronômicas da Culinária Brasileira” que busca estratégias para fomentar a cozinha brasileira sob aspectos sociais, históricos e culturais relacionados à alimentação e a gastronomia nacional.

No capítulo “Projeto *Convivium* e a qualificação da gestão do Restaurante Comunitário de Quilombo do Campinho (Paraty, RJ) os autores apresentam os resultados preliminares de um diagnóstico realizado entre os anos de 2017 e 2019 na operação do restaurante comunitário do Quilombo do Campinho, identificando os principais desafios para apresentarmos alternativas com foco na melhoria da administração do restaurante.

Para o encerramento, no capítulo “Extensão Universitária na Gastronomia durante a Pandemia e o uso das Mídias Sociais” o autor apresenta um resumo de algumas ações ou projetos de extensão relacionados direta ou indiretamente à Gastronomia e que continuaram a ser realizadas durante a pandemia. São apresentados 14 projetos/ações da UFRJ, sendo estes agrupados nas dimensões social, ambiental, cultural e saúde.

Nestes 14 capítulos fica claro que a Gastronomia no plano acadêmico com seu perfil historicamente extensionista necessita de novas e atuais práticas de ensino, bem como de um direcionamento para a pesquisa – conversando também com a proposta de formação *stricto sensu*. Desse anseio surge o primeiro Mestrado em Gastronomia do Brasil, do qual tenho orgulho de fazer parte como autor da proposta submetida à Capes, que será ofertado pela Universidade Federal do Ceará, para o preenchimento dessa demanda reprimida e melhor formação dos profissionais já atuantes no mercado, buscando como consequência o desenvolvimento de novas técnicas e habilidades, gerando o conhecimento, e permitindo que tenhamos uma Gastronomia atuante, pulsante e moderna, baseada em todos os preceitos da cozinha enquanto ciência, fruto de intensa pesquisa e conhecimento técnico-científico destes profissionais.

Ademais, cursos de graduação carecem de professores, graduados em Gastronomia, com pós-graduação na área – o que é fundamental para a sustentabilidade e consolidação do campo de saber da Gastronomia.

O Mestrado em Gastronomia tem como meta oferecer uma compreensão científica capaz de incluir referenciais gastronômicos culturais regionais. Além disso, pretende contribuir para o desenvolvimento de processos que submeta os alimentos ao domínio das técnicas e procedimentos para a melhoria do seu uso e para o conhecimento dos seus aspectos químicos, nutricionais, sensoriais e culturais. Outro aspecto a ser destacado é a formação de pessoal qualificado no setor, contribuindo assim para o desenvolvimento da gastronomia em níveis local, regional e nacional. Deve-se acrescentar a perspectiva de articulação da prática gastronômica em suas implicações sociais, ciente de sua estreita ligação com a produção agrícola local, limpa, segura, justa e sustentável.

Assim, o segundo volume da coleção ‘Gastronomia: Ensino, Pesquisa e Extensão’ corrobora na construção deste campo de conhecimento e seu interesse científico ao evidenciar a disponibilidade de novas publicações científicas da área de Gastronomia no Brasil e suas áreas correlatas, em trabalhos cada vez mais direcionados à produção no campo da cozinha diferenciada, que dialoga com diversas áreas das Ciências Exatas e Humanas. Essa é uma demanda de profissionais que necessitam de aprimoramento, aprofundamento e continuidade do conhecimento científico, principalmente na docência do ensino superior em Gastronomia.

*Paulo Henrique Machado de Sousa*

Professor Associado do Curso de Gastronomia – UFC  
Coordenador do Mestrado Acadêmico em Gastronomia

# CAPÍTULO 1

## O TERMO ‘*GOURMET*’: sua construção histórica na Gastronomia e o uso nas avaliações *online* de restaurantes

*Renato Augusto da Silva Monteiro*

*Breno de Paula Andrade Cruz*

*Lyncoln Sousa de Oliveira*

*Steven Dutt Ross*

---

O termo ‘*gourmet*’ ganhou notoriedade no Brasil nos últimos anos e é quase sinônimo dos termos ‘sofisticado’, ‘elitizado’ ou ‘refinado’ no senso comum. Bastava ficar parado(a) em uma praia carioca antes da pandemia para ouvir ambulantes vendendo “brigadeiro *gourmet*”, “hambúrguer *gourmet*”, “sacolé *gourmet*”<sup>1</sup>, “bolo *gourmet*” e “doces *gourmet*” – faltou apenas o tradicional mate com limão receber o adjetivo *gourmet*. Como sinônimo de algo com maior valor agregado, parece que empreendedores(as) e vendedores(as) usam o termo como uma forma de diferenciarem seus produtos dos concorrentes ao entenderem que o uso de insumos de maior qualidade no preparo de certos alimentos os tornaria *gourmet*. Nesse contexto de observarmos a realidade que nos cerca em relação ao uso deste termo, nosso objetivo neste capítulo é analisar o significado do termo ‘*gourmet*’ para os comensais à luz de uma leitura histórica na Gastronomia para assim realizar uma análise empírica probabilística da utilização deste termo nas avaliações *online* de 3.118 restaurantes do estado do Rio de Janeiro que têm avaliações na plataforma *Tripadvisor*.

Incialmente, achamos necessário apresentar o significado da palavra *gourmet* da forma que vem sendo utilizada. Para isso, ao entendermos que o termo ‘*gourmet*’ no Francês e no Inglês é caracterizado tanto como substantivo (pessoa) quanto como adjetivo, temos também

---

1 Sinônimo de chupe-chupe em alguns lugares de Minas Gerais; chopp no Norte do país; laranjinha em Goiás e Minas Gerais ou dindin (São Paulo e sul do Brasil).

que apresentar o termo ‘*gourmand*’ para contrapor dois substantivos e diferenciar *gourmet* como substantivo e como adjetivo.

<b>Gourmet (substantivo)</b>	<b>Gourmand (substantivo)</b>	<b>Gourmet (como adjetivo)</b>
Um(a) conhecedor(a) de comidas e vinhos <b>com paladar refinado</b> . Geralmente é alguém que tem experiência e conhecimento na preparação de uma comida e na degustação de vinhos.	Um indivíduo que tende a se engajar em uma forma mais popular de comer, geralmente valorizando a <b>quantidade de comida</b> .	Usado como para descrever algo que chega ao nível de uma pessoa <i>gourmet</i> ; ou seja, aquela pessoa refinada ao comer e beber vinhos. Um “brigadeiro <i>gourmet</i> ” seria então um brigadeiro que pode propiciar uma experiência refinada.

Fonte: Construído a partir de Bourdieu<sup>2</sup> e Merriam-Webster<sup>3</sup>.

As avaliações *online* de bares e restaurantes é uma realidade em diferentes plataformas digitais. O trabalho de Cruz *et al.* (2020)<sup>4</sup> identificou como que o *reality show* culinário Pesadelo na Cozinha poderia influenciar *fake online reviews* no Google. Telespectadores que nunca foram ao restaurante escreviam suas avaliações apenas a partir das experiências como telespectador e não como comensal. A partir deste caso específico, percebemos quão ampla é a possibilidade de pesquisas em plataformas digitais como o Tripadvisor, visto que é um universo rico em informações sobre bares e restaurantes. E, por meio desta plataforma, queríamos entender como o termo ‘*gourmet*’ poderia ser utilizado pelos comensais no estado do Rio de Janeiro.

Desta forma, considerando a diferença do termo ‘*gourmet*’ como substantivo e como adjetivo, fomos à plataforma *Tripadvisor* para realizar uma Análise Quantitativa de Textos (método estatístico) para gerar uma amostra probabilística do estado do Rio de Janeiro (RJ) para um universo de 12.476 bares e restaurantes para, assim, compreendermos o uso do termo ‘*gourmet*’ nas avaliações de consumidores de restaurantes neste estado. Antes disso, refinamos teoricamente este termo a partir da Gastronomia em um viés histórico na próxima sessão deste capítulo.

2 BOURDIEU, P. **A distinção:** crítica social do julgamento. 2<sup>a</sup> ed. Porto Alegre: Zouk, 2015.

3 MERRIAN-WEBSTER. Gourmet ou Gourmand. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/gourmet-vs-gourmand-usage-difference>. Acesso em: 03 set. 2020.

4 CRUZ, B. de P.A.; PIMENTA, S.; DUTTON, A.; ROSS, S. D. **Fake on-line reviews em restaurantes:** intenção e boicote ou intenção de boycott de telespectadores do programa Pesadelo na Cozinha? *Revista Brasileira de Gastronomia*, v. 3, 2020, p. 1-11. DOI: <http://dx.doi.org/10.34181/rgb.2020.v3n1.p1-11.73>.

## CAPÍTULO 2

# DIÁLOGOS ENTRE AS CULTURAS GASTRONÔMICAS FRANCESA E BRASILEIRA: um panorama a partir da pesquisa dos termos franceses

Rita Maria Ribeiro Bessa  
Patrick da Silva Cardoso

---

### **Do surgimento da pesquisa...**

A Gastronomia é uma área de conhecimento e de prática que agrega diversos saberes e dialoga com diversas culturas, sendo ela mesma o reflexo da cultura de um povo. Pensar sobre a Gastronomia conduz a refletir sobre ciência, onde conhecimentos teóricos passam por experimentações que pressupõem conhecimentos da química, da antropologia, da arte, da sociologia, da religião e de tantas outras áreas, inclusive das Letras. Essa foi a grande descoberta, quando o curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Bahia solicitou ao curso de Letras o componente curricular *Leitura de Textos em Língua Francesa*, a ser ministrado em três semestres.

A experiência inicial em sala de aula mostrou que não se tratava de um ambiente de estudo de estratégias de leitura e de compreensão de textos em língua estrangeira, tal como era comumente ensinadas a grupos oriundos de cursos diversos da instituição. O formador da disciplina estava mergulhando em um universo específico e realmente desconhecido onde iria se deparar com alunos que, em geral, apresentavam um conhecimento prático da Gastronomia adquirido em cursos técnicos anteriores ao universitário. Além disso, traziam para as aulas questionamentos sobre termos franceses que eram lidos nas referências bibliográficas do curso, como também nas aulas práticas das diversas disciplinas. Esse contexto fazia crer que a influência francesa está mais presente do que se imaginava na gastronomia do Brasil.

Muitos questionamentos começaram a surgir para entender como a gastronomia brasileira, caracterizada pela forte identidade de seus

produtos, pelo seu *terroir* rico e diverso, além da criatividade tanto dos chefes como dos mais simples cozinheiros espalhados por todo o seu território, poderia utilizar referências tão fortes da França em suas técnicas, denominações da brigada de cozinha, molhos, confeitoraria, panificação, utensílios. Como um país onde a ampla imigração de tantos povos, como italianos, portugueses, espanhóis, alemães, japoneses, conservou essa influência da França, cuja presença para leigos é mais visível na moda, na estética, na perfumaria, nos nomes de vinhos e queijos e nos conceitos de etiqueta. Para profissionais da área gastronômica, as respostas são óbvias, basta um retorno ao passado para relembrar grandes nomes como Antonin Carême, Auguste Escoffier e Paul Bocuse, que deixaram as heranças do que, nos dias de hoje, constituem a base da organização da cozinha, das mesas, dos serviços, das técnicas e das preparações.

O formador em língua francesa, pelo contrário, tem que ir em busca de respostas, fazendo pesquisa, redefinindo a sua didática. Cabe a ele se permitir interagir com o que é diferente, com o que lhe é estranho, com novas possibilidades que a sua competência na língua estrangeira não conhecia até então. Em sala de aula, os primeiros anos do componente curricular de *Leitura de textos em língua francesa* para o curso de Gastronomia na UFBA foram decisivos para novas descobertas desse campo de saber, como também para a desconstrução da metodologia de ensino da língua francesa praticada como uma grande verdade. A maior motivação para o movimento de transformação das aulas, dos conteúdos, da metodologia, das avaliações e da postura em sala de aula nasceu com questionamentos simples dos alunos, porém, com respostas dadas pelo formador que não satisfaziam ao seu público-alvo. Serão listados exemplos no Quadro abaixo, cuja primeira coluna apresentará os termos franceses, a segunda trará o significado conhecido pelo formador e na terceira coluna o sentido especializado atribuído aos mesmos.

**Quadro 1 – Exemplos de termos franceses e seus significados**

<i>Fouet</i>	Chicote.	Batedor de arame.
<i>Aboyeur</i>	Cachorro que late.	Profissional que anuncia os pedidos, servindo de ligação entre a cozinha e o salão.
<i>Mise en place</i>	Colocar em algum lugar.	Organização de insumos para uso em preparações.
<i>Julienne</i>	Juliana.	Corte de legumes em bastões.
<i>Éclair</i>	Relâmpago	Confeitoraria alongada em massa <i>choux</i> recheada com creme e com cobertura.

continua...

## CAPÍTULO 3

# “SERVING MY SOUL”: a identidade e o processo criativo na Gastronomia pela obra de Dominique Crenn

Danielle Rezende da Silva  
Daniela Alves Minuzzo

---

Nas últimas décadas foi possível perceber o aumento da visibilidade da gastronomia tanto como uma carreira promissora, quanto como um assunto popular. “A intensa midiatisação da gastronomia, expressa no aumento do número de veículos como livros, revistas, cadernos de grandes jornais, programas televisivos com chefs celebridades e sítios eletrônicos”<sup>1</sup>, fez com que chefs de cozinha começassem a fazer parte do cotidiano e a serem reconhecidos. Seus pratos se tornam obras de arte e suas fotografias são espalhadas pelas redes sociais.

Mesmo diante de todo esse cenário de valorização da gastronomia, poucos estudos se debruçam sobre as trajetórias pessoais e o trabalho feito por esses/as chefs na busca da excelência em seus pratos e demais produções gastronômicas. A identidade e o processo criativo do trabalho de chefs possuem relevância na construção de um menu coeso e que possua um traço em comum, uma assinatura, uma autoria. Assim, este trabalho objetivou traçar um paralelo entre a identidade de uma chef e sua influência no processo criativo gastronômico a partir do estudo da vida e carreira de Dominique Crenn, chef francesa que encontrou em São Francisco, Estados Unidos da América (EUA), o lugar para abrir o seu restaurante, o Atelier Crenn.

Devido à intensa carga emocional e poética na criação de suas obras e por ter sido a primeira mulher nos EUA a chefiar um restaurante premiado com duas estrelas do Guia Michelin<sup>2</sup>, a chef foi escolhida

---

1 RIBEIRO, R. C.; MARQUES, R. C.; FLORES FILHO, E. G. J. **A criatividade dos chefes de cozinha e o consumo moderno da gastronomia.** Revista Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde. v. 11, n. 2, p. 265-274, (p. 272) 2016.

2 Uma das principais e mais influentes premiações internacionais de restaurantes da chamada “alta gastronomia” que atribui de uma até três estrelas aos restaurantes que premia.

para abordar os conceitos estudados. A escolha de uma chef mulher para este artigo não foi ao acaso, visto que “as mulheres não alcançam o mesmo reconhecimento ou aclamação da crítica que seus colegas homens”<sup>3</sup>. Com isso o trabalho também tem o intuito de reforçar o potencial criativo das mulheres na área e sua importância no mercado.

Os objetivos da pesquisa foram: (1) desenvolver o conceito de identidade<sup>4</sup>, relacionando-o com o âmbito da gastronomia<sup>5</sup>; (2) desenvolver o conceito de processo criativo<sup>6</sup>, entendendo as etapas para sua construção, traçando um paralelo com o processo criativo na gastronomia<sup>7</sup>; (3) analisar a vida e obra<sup>8</sup> de Dominique Crenn.

Tais questões são relevantes, pois ajudam a elucidar uma problematização central que, em geral, é pouco refletida em toda as suas implicações: a “alta gastronomia” é sempre destacada pela associação de seus pratos com obras de arte, mas há pouca reflexão teórica consistente sobre o tema. Assim como os artistas, os chefs se utilizam do processo criativo<sup>9</sup><sup>10</sup> para estruturar a sua prática gastronômica. A combinação de sabores, texturas, técnicas e cores se baseiam em estudo, treinamento do olhar na criação de um acervo de referências de sabores, aromas e texturas que é bastante característico de cada chef e no qual, muitas vezes, conseguimos reconhecer seu/sua criador/a por meio de algumas características básicas recorrentes. Assim, refletimos se cada criador/a coloca de fato sua identidade própria em seus pratos.

Buscamos, assim, compreender a relação da gastronomia, para além de suas outras possibilidades, também como uma forma de arte culinária. Tal perspectiva traz à tona um tema pouco estudado com o rigor que merece – as relações entre os processos criativos especificamente presentes no campo da gastronomia com os processos existentes em outros campos artísticos em geral.

- 
- 3 DRUCKMAN, C. Why are there no great women chefs? *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, California, v. 10, n. 1, p. 24-31, p. 24, 2010.
- 4 Para essa fundamentação teórica utilizamos autores como Zygmunt Bauman e Stuart Hall.
- 5 Para essa relação utilizamos autores como Massimo Montanari.
- 6 Utilizamos como referência autores como Zélia Maria de Oliveira, Maurício Barth, Lucas Pantaleão e Marcos Zorza.
- 7 Para essa relação utilizamos autores como Joseph Hegarty e Michael Ottenbacher.
- 8 Para tal, nos apoiamos em materiais como uma entrevista com Ahmir Thompson, documentários e vídeos a fim de tecer uma relação com os conceitos estudados.
- 9 MYHRVOLD, N. *The art in Gastronomy: A Modernist Perspective*. *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, California, v. 11, n. 1, p. 13-23, 2011.
- 10 HEGARTY, J.; O'MAHONY, B. *Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living*. *Internacional Journal of Hospitality Management*, Elsevier Science, v. 20, n. 1, p. 3-13. 2001.

# CAPÍTULO 4

## VEGANISMO E GASTRONOMIA – PANORAMA HISTÓRICO E INTER-RELAÇÕES

*Márcia Pimentel Magalhães*

---

Neste trabalho defende-se que a sociedade precisará rever seus padrões de consumo alimentar para atender aos anseios crescentes das sociedades contemporâneas com os direitos dos animais e todos os temas inter-relacionados como a gastronomia, a alimentação, a nutrição, sustentabilidade do meio ambiente e a indústria de alimentos, de modo a entender o papel de cada um e sua importância nas perspectivas futuras. Na esteira dessa reflexão, o veganismo apresenta-se como uma possibilidade de atender a esses anseios para as próximas gerações.

Para iniciar o estudo é necessário caracterizar o que é veganismo. O mesmo pode ser definido como conjunto de práticas que tem como objetivo inicial os Direitos dos Animais. Os veganos propõem como base ética que os animais não humanos são seres sencientes e não devem ser utilizados como propriedade ou para finalidades de produção ou matéria-prima para qualquer etapa de seu desenvolvimento, ou mesmo que sejam utilizados para teste de produtos de qualquer natureza. Conforme a Declaração de Cambridge sobre a Consciência em Humanos e não Humanos, os animais têm consciência semelhante à humana, sendo incorreto distingui-los dos seres humanos como “animais irracionais”<sup>1</sup>. O filósofo australiano Peter Albert Singer, autor do livro *Libertação Animal* de 1975<sup>2</sup>, tornou-se um referencial no direito dos animais, que até então era abordado na esfera jurídica.

---

1 PHILIP, L. et al. **The Cambridge Declaration on Consciousness**. Francis Crick Memorial Conference on Consciousness in Human and non-Human Animal. Churchill College, Cambridge, Reino Unido. Disponível em: <http://fcmconference.org/>. Acesso em: 24 nov. 2019.

2 SINGER, P. **Libertação animal**. 2. ed. Ed. Via Óptica: Porto, 2008.

## Histórico sobre o veganismo

No final do século XVIII ocorreu um movimento vegetariano promovido por médicos, comerciantes e escritores de religiões diversas e de estrutura econômica média. Segundo Keith Thomas, os envolvidos foram influenciados por leituras de Pitágoras, Plutarco e outros filósofos e para o autor “por volta de 1700, já contamos com todos os argumentos fundamentais [dos direitos animais] que depois se destacarão”. Na época observavam-se opiniões de que o abate de animais brutalizava o caráter humano de modo a torná-lo cruel ao causar sofrimentos para criaturas “irmãs”<sup>3-4</sup>.

No século XIX, em 1809, o Dr. William Lambe (1765-1847) escreveu livros a respeito do vegetarianismo estrito e de seus benefícios relacionando-os ao tratamento de câncer hepático, do estômago e doenças crônicas. Ocorre em 1847, a fundação da Sociedade Vegetariana (*The Vegetarian Society*) em *Northwood Villa, Ramsgate, Kent* na Inglaterra, tendo sua sede transferida para Manchester, em 1849, quando da publicação do primeiro periódico “*The Vegetarian Messenger*”<sup>5</sup>.

No século XX, ocorreu a fundação da Sociedade Vegana em 1944. Donald Watson (1910-2005) formou um grupo denominado “Grupo dos produtos não lácteos”, lançando em 1944 seu próprio jornal “*The Vegan News*” a Sociedade Vegana em 1945. Leslie J. Cross, em 1949, achava que a sociedade carecia de uma definição mais ligada aos “direitos animais”, desse modo designou com os membros “o princípio da emancipação dos animais da exploração pelo homem”, o que evoluiu posteriormente para: “buscar o fim do uso de animais pelo homem para alimentação, mercadorias, trabalho, caça, vivissecção e quaisquer outros usos envolvendo a exploração da vida animal pelo homem”. Na década de 1970, cresce do movimento de libertação animal, inspirados na percepção gradual de sensibilidade em relação aos animais e à natureza, retratada por Keith Thomas no contexto inglês, que foi o berço do movimento, ao longo dos séculos XV ao XVIII<sup>6</sup>.

- 
- 3 FERRIGNO, M. **Veganismo e libertação animal:** um estudo etnográfico. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Campinas, 2012. Ipsos MORI Institute. Disponível em: <https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/mercado-vegetariano>. Acessado em 20 nov. 2019.
- 4 MAGALHÃES, M.P.; OLIVEIRA, J.C. **Veganismo:** aspectos históricos. *Revista Scientiarum Historia*. Disponível em: [revistas.hcte.ufrj.br/index.php/RevistaSH/article/download/68/92](http://revistas.hcte.ufrj.br/index.php/RevistaSH/article/download/68/92). Acesso em: 15 set. 2020.
- 5 Veganismo, In: **Wikipédia: a encyclopédia livre.** Wikipedia, 2020. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Veganismo>. Acesso em: 12 set. 2020.
- 6 *Ibidem*, 3.

# CAPÍTULO 5

## DOCE DE ESPÉCIE DE GERGELIM: origem e importância cultural dos alimentos tradicionais

*Paulo César Bandeira Moreira*

*Anna Erika Ferreira Lima*

---

Onde estão os caminhos da história do doce de espécie de gergelim ainda não registrados? Alguém não escreveu? Na busca de uma história, o caminho correto não é exclusividade; os desvios e atalhos são algumas das formas de reconhecer o espaço do Ceará em sua doçaria. Não se tem a precisão, mas sim a certeza de que o conhecimento histórico viabiliza a compreensão dos contextos sociais, culturais e políticos vividos pela sociedade na atualidade.

Pesquisas e trabalhos acadêmicos são instrumentos que podem despertar interesses, nos discentes, por pesquisas mais profundas sobre os alimentos, suas utilizações e preparos. Nas faculdades de gastronomia, os alunos, normalmente, são instigados a relembrar alimentos que fizeram parte da construção dos seus paladares. Encontrar as receitas e como foram criadas; saber a qual região pertence; encontrar o registro literário do seu consumo; constatar a necessidade de conhecer e resgatar receitas da reminiscência individual e do comportamento alimentar tradicional. Percorrer a leitura das obras de autores dedicados à cultura, à história e ao comportamento alimentar, como Gilberto Freyre, Luís da Câmara Cascudo, Raquel de Queiroz, Raul Lody, Jean-Pierre Poulain, Massimo Montanari e Brillat Savarin, permite o transporte para um universo investigativo, passando da realidade vivida a uma realidade livresca, e retornando àquela, abastecido de outras informações que tornam mais ampla e rica a visão da realidade celebrada.

Doce de espécie de gergelim, que na vida do sertanejo, cearense inclusive, foi degustado, proporcionou prazeres e fez parte da construção da memória gustativa desse povo, caracterizada por culturas locais e daqueles que ocuparam o Brasil, se autodenominando colonizadores. De receita que possui ingredientes acessíveis ao morador do sertão como a rapadura, a castanha do caju, farinha e o gergelim, o doce está

no repertório alimentar de um grupo sofrido e lutador, que guerreia com as limitações financeiras, o clima e as injustiças sociais que assolam a sua morada. A busca é pela sua origem e/ou pelas transformações de consumo que deram início o seu preparo e à apreciação, e ainda, à sua importância cultural como integrante de um grupo de comidas comum a uma coletividade ou regiões específicas.

É necessário despertar para o resgate da gastronomia tradicional – cozinhas típicas de determinadas regiões, nascidas dos hábitos e insumos específicos de cada localidade. A padronização dos sabores pode fazer o comensal acreditar que o alimento que era consumido no passado é ruim, mas, na verdade, é apenas diferente, e que essas receitas devem ser documentadas e estudadas para o registro do processo de elaboração e execução, garantindo a informação e a continuidade da cultura (crenças, tabus, religião, entre outros fatores) em gerações futuras. Assim procedendo, a gastronomia típica de cada região pode revelar uma infinidade de alimentos, transformando as receitas em patrimônio imaterial, que deve ser preservado por questões culturais.

O fácil acesso ao alimento globalizado ganha espaço e invade o território das receitas típicas das cozinhas tradicionais que acabam por perder algumas características histórico-culturais, gerando, assim, o desaparecimento cada vez mais rápido da memória coletiva, afetiva, gustativa, e mesmo prazerosa, dos processos de elaboração das receitas originadas em determinadas localidades.

Registros acadêmicos de temas como a cultura alimentar são de fundamental importância para a produção e o aperfeiçoamento do conhecimento formativo, não só para o pesquisador, mas porque sua natureza humanista fornece benefícios para todos os envolvidos (o acadêmico, a universidade, o professor e, principalmente, a população), é de imprensíndivel importância para o desenvolvimento e a solidificação da cultura nas instâncias local, regional e nacional. Planejou-se, neste artigo, expor e compreender também os significados do preparo como um ritual para a transformação do alimento em comida.

## Caminhos estabelecidos

Este estudo constitui uma revisão bibliográfica explorativa quantitativa e analítica das informações sobre a origem do doce de espécie de gergelim, buscando informações nos registros da trajetória da formação da doçaria brasileira.

Na coleta das informações, utilizou-se a pesquisa em bases de dados da literatura orientadora e norteadora da construção alimentar

# CAPÍTULO 6

## EMPREGO DA ESCALA DINESERV NA MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS EM REDES DE *FAST FOOD*

*Juliana Damaris Candido de Lima*

*André Luis Policani Freitas*

*Letícia Ferreira Tavares*

---

Com o estilo de vida do homem moderno, caracterizado pela falta de tempo e a entrada da mulher no mercado de trabalho, cresce o consumo de alimentos fora de casa<sup>1</sup>. Os consumidores cada dia mais exigentes e a diversidade de opções no setor de alimentação aumentam o desafio dos restaurantes para oferecerem um serviço de qualidade, que atendam as expectativas dos clientes e que seja financeiramente competitivo<sup>2</sup>.

*Fast food* significa comida rápida, apesar do consumo poder ser feito no próprio estabelecimento, que tem um *layout* onde os clientes fazem o pedido em um balcão e realizam o pagamento antes de consumir<sup>3</sup>.

Considerando *fast food* como indústria, este é um segmento no setor de alimentação que se constitui pela produção mecanizada de um determinado número de itens padronizados, os quais são sempre idênticos em peso, aparência e sabor. Em geral, as redes de *fast food* oferecem variedade limitada de produtos no cardápio, garantia da

- 
- 1 CANDIDO, J. D.; FREITAS, A. L. P. **Emprego da Escala DINESERV na mensuração da qualidade dos serviços em restaurantes fast food.** In: XX Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais, 2017, São Paulo. Agenda de Transição para a indústria 4.0, 2017-a.
  - 2 MACHADO, M. D.; QUEIROZ, T. R.; MARTINS, M. F. Mensuração da qualidade de serviço em empresas de fast food. **Gestão & Produção**, v. 13, n. 2, 2006. p. 261-270.
  - 3 ABREU, E. S. **Restaurante por quilo:** Vale quanto pesa? Uma avaliação do padrão alimentar em restaurantes de Cerqueira César, São Paulo. Dissertação de mestrado. Universidade de São Paulo, 2000.

procedência de sua matéria-prima e preços compatíveis com o tipo de alimentos comercializados<sup>4</sup>.

Atualmente, o mercado de *fast food* movimenta R\$ 84 bilhões no país e apresenta crescimento acima da inflação nos últimos anos. Considerando que apenas 10% dos restaurantes do Brasil são operados por redes, contra 60% nos Estados Unidos da América (EUA), o potencial de crescimento ainda é imenso<sup>5</sup>. O Brasil é o quarto maior país consumidor de *fast food*, perdendo apenas para EUA, Japão e China<sup>6</sup>.

A cultura de *fast food* está muito presente no cotidiano das pessoas, seja pela necessidade da vida corrida, mais comum nas grandes metrópoles, ou utilização no sentido de festa, realização, mais comum em cidades menos movimentadas. Exemplo é a localização preferencial em locais de grande movimento ou pontos de locomoção (pontos de ônibus, metrôs, trem), assim garante-se alta frequência e fidelidade, e cidades turísticas, onde o público é “flutuante”, e estes levam a cultura *fast food* para seus locais de origem. A qualidade dos serviços em restaurantes *fast food* é percebida pelos clientes, e cada cultura tende a valorizar mais ou menos determinados fatores.<sup>7</sup>

Em sua maioria, os restaurantes de *fast food* enquadram-se na categoria franquia<sup>8</sup>. Franquia, atualmente, é um sistema pelo qual uma empresa, denominada franqueadora, concede direitos e licença de comercialização de seus produtos e/ou serviços a outra empresa, que passa a ser sua franqueada. Neste relacionamento, a franqueada tem o direito de usar a marca, o sistema operacional da franqueadora e terá suporte desta<sup>9</sup>.

4 MADUELL, F. **Mesas de fast food**: conforto ou agilidade, 2007, p. 1-7. Disponível em: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2007/02\\_auspicios\\_publicaciones/actas\\_disenio/articulos\\_pdf/A4084.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_disenio/articulos_pdf/A4084.pdf) Acesso em: 04 set. 2020.

5 MERCADO E CONSUMO. **Que comida saudável que nada, brasileiro gosta de fast food**. Disponível em: <https://www.mercadoeconsumo.com.br/2019/04/11/que-comida-saudavel-que-nada-brasileiro-gosta-de-fast-food/>. Acesso em: 04 set. de 2020.

6 EAE BUSINESS SCHOOL. **Fast food consumption in Spain will rise by 50% over the next five years**. Disponível em: <http://en.eae.es/news/2016/01/11/fast-food-consumption-in-spain-will-rise-by-50-over-the-next-five-years>. Acesso em: 04 set. 2020.

7 ORTIGOZA, S. A. G. A proliferação do “gosto global” no Brasil. **Revista GEOUSP**, n. 8, 2000.

8 CANDIDO, J. D.; FREITAS, A. L. P. **Mensuração da Qualidade dos Serviços em Redes Fast food**: Proposta de Integração da Análise dos Quartis e Ciclo de Serviços. Anais – SIMPEP, 2017-b.

9 INTERNATIONAL FRANCHISE ASSOCIATION (IFA). **What is a franchise?**. Disponível em: <http://www.franchise.org/what-is-a-franchise>. Acesso em: 31 de jul. de 2020.

# CAPÍTULO 7

## ESPECÍFICOS, MAS NÃO ESQUECIDOS! ENSINO EM GASTRONOMIA VOLTADO AO PÚBLICO COM RESTRIÇÕES ALIMENTARES

*Paula Albuquerque Penna Franca  
Ceci Figueiredo de Moura Santiago  
Juliana Damaris Cândido de Lima*

---

De acordo com os dados do IBGE<sup>1</sup>, quase um terço (32,8%) das despesas das famílias brasileiras com alimentação é dedicado a refeições fora do domicílio, com aumento considerável inclusive nos domicílios de área rural. Com um interesse cada vez maior pela gastronomia e seu universo, observa-se um aumento crescente de restaurantes, *food trucks*, feiras temáticas, entregas por *delivery* e outras formas de comercialização de alimentos prontos, tornando o universo gastronômico muito mais presente na vida das pessoas, do que o simples fato de alimentar-se.<sup>2,3</sup>

A gourmetização da alimentação pela mídia e redes sociais transforma alimentos em símbolo de *status* e objetos do desejo e a popularização dos aplicativos de comida promove a democratização de

- 
- 1 IBGE. **Pesquisa de orçamentos familiares 2017-2018:** avaliação nutricional da disponibilidade domiciliar de alimentos no Brasil. IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Rio de Janeiro, p. 1-56, 2020.
  - 2 PINTO, N. L.; PERINI, K. P. **Restaurantes e anti-restaurantes:** antinomias da gastronomia contemporânea. In: IV Reunião de Antropologia da Ciência e da Tecnologia. Florianópolis. Instituto de Estudos Brasileiros USP, 2017.
  - 3 MONTY, R. Consumo de comida por aplicativos: os impactos das materialidades da comunicação em *Uber Eats* e *iFood*. In: **Comunicon:** Congresso Internacional de comunicação e consumo. Rio de Janeiro. Escola Superior de Publicidade e Marketing, ESPM, 2018.

experiências gustativas anteriormente exclusivas<sup>4,5</sup>. No entanto, para muitos não é possível comer o mega burguer, o sorvete de nuvem ou o caramelo salgado, nem tampouco encarar um rodízio de coxinhas ou a febre gastronômica da vez. São os celíacos, os alérgicos, diabéticos, hipertensos, e tantos outros grupos específicos, que apesar de muito presentes na realidade de vida da população brasileira, não se fazem presentes nas mesas, cardápios e imaginário dos grandes chefs.

A comida de dieta é, ou deveria ser, a realidade de grande parte da população brasileira. Os dados apontam que um em cada quatro brasileiros são hipertensos e deveriam evitar o sal, 55% da população brasileira está acima do peso e deveria evitar alimentos ricos em gordura saturada e de alta densidade calórica, 7% da população é diabética e entre 8% e 40% da população sofre com algum tipo de alergia ou intolerância alimentar aos mais de 170 alimentos potencialmente alergênicos já identificados<sup>6,7</sup>.

Enquanto surgem dietas da moda e alimentos milagrosos, há poucas discussões e trocas que envolvam aqueles que preparam a comida: o que um diabético pode e não pode comer? Como apresentar um prato saboroso de baixa caloria que não seja uma salada? Como substituir leite e trigo e ainda assim fazer pães e bolos incríveis? Como tornar as preparações com inúmeras restrições, atrativas e saborosas para atender essa parte da população que sim, gostaria de poder fazer coro ao imaginário popular da gastronomia, e que geralmente é deixada de lado?

Para atender a essa demanda crescente, a disciplina Gastronomia para grupos específicos do curso de Gastronomia da UFRJ trata de alguns dos quadros clínicos com implicações nutricionais de maior

- 
- 4 ARAUJO, J. R. **Comunicação, Mídia e Gastronomia**. Trabalho de Conclusão de Curso. Graduação em Comunicação Social – Jornalismo. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2016.
  - 5 RODRIGUES, R. C.; SOARES, C. M. P.; FILHO, M. V. K. **Análise Semiótica do “Master-chef”**: Entretenimento ou Difusão do Saber Gastronômico? In: VIII Encontro Nacional de Estudos do Consumo, IV Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo, II Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo Comida e alimentação na sociedade contemporânea. Niterói. Universidade Federal Fluminense UFF, 2016.
  - 6 BRASIL. Ministério da Saúde. Vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico: estimativas sobre frequência e distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2018. VIGITEL Brasil, Brasília, p. 1-131, 2019.
  - 7 SOLÉ, D. et al. Consenso Brasileiro sobre Alergia Alimentar: 2018. Etiopatogenia, clínica e diagnóstico. Sociedade Brasileira de Pediatria e Associação Brasileira de Alergia e Imunologia. **Arquivos de Asma, Alergia e Imunologia**, v. 2, n. 1, p. 7-38, 2018.

# CAPÍTULO 8

## ELABORAÇÃO DA MATRIZ SWOT PARA EMPREENDIMENTOS GASTRONÔMICOS: uma experiência de Ensino e Pesquisa com discentes de Gastronomia da UFRJ

*Breno de Paula Andrade Cruz*

*Arthur Dutton*

*Raquel Alves da Silva da Costa*

---

A Gastronomia, enquanto área de conhecimento, é multidisciplinar e acaba por receber influências de outras áreas já consolidadas em pesquisa – como é o caso da Administração na matriz curricular do Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Nossa objetivo inicial neste capítulo é evidenciar que um processo de ensino-aprendizagem em uma disciplina tangencial na formação de futuros gastrônomos (Planejamento Estratégico em Alimentação) pode ser construído de maneira mais efetiva por meio de uma maior interação dos discentes com a realidade que eles se interessam: a dinâmica que envolve a culinária, tendo como aspectos secundários a hospitalidade e a gestão.

Muitas vezes motivados por programas de culinária na televisão, discentes ingressam no bacharelado em Gastronomia com o objetivo inicial de aprender técnicas avançadas na transformação de alimentos e bebidas. Todavia, especificamente na UFRJ, estes discentes têm contato com disciplinas dos eixos de Gestão e Hospitalidade. Construir o interesse por Gestão em suas formações é um processo que demanda atenção do(a) docente a fim de não tornar uma disciplina teórica tão pesada para discentes que geralmente se desinteressam pela área de Administração e suas subáreas (como Marketing, Finanças, Gestão de Pessoas e Operações).

A Matriz SWOT foi apresentada por Albert Humphrey na década de 1970 e se tornou uma das ferramentas mais conhecidas no mercado e

nos cursos de tecnólogo e bacharelado em Administração e áreas afins. Na construção das teorias em Planejamento Estratégico, a Matriz SWOT é a principal ferramenta da Escola do Design – a primeira escola da Estratégia apresentada no livro *Safári de Estratégia* de Mintzberg<sup>1</sup>. O acrônimo SWOT vem das palavras em inglês *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Em português usualmente utilizamos os termos Pontos Fortes, Oportunidades, Pontos Fracos e Ameaças – o que forma o acrônimo FOFA.

A Matriz SWOT é um dos conceitos abordados na disciplina Planejamento Estratégico em Alimentação no bacharelado em Gastronomia da UFRJ – bem como outras teorias consolidadas como Matriz BCG, Modelo das Cinco Forças de Porter, Vantagem Competitiva e Teoria dos *Stakeholders*. Outros temas atuais relacionados ao mercado também são abordados, tais como Responsabilidade Social Corporativa, Sustentabilidade, Boicote do Consumidor, Monitoramento de Redes Sociais Virtuais e Avaliações *Online* no *Tripadvisor*. Embora esses últimos temas pareçam interessantes e pouco explorados, optamos aqui por aquilo que poderia ser visto como raso – abordar uma teoria da década de 1970 e já amplamente discutida na área de Administração. Todavia, entendemos que nosso trabalho se torna relevante em função dos seguintes aspectos:

- O empoderamento do(a) discente como “consultor(a)” – é importante que consigamos motivar nossos discentes no que diz respeito à apropriação da teoria em Planejamento Estratégico associada à Gastronomia. Existem especificidades da atuação do gastrônomo que um profissional de Administração não terá conhecimento – como o caso da construção de fichas técnicas e organização físico-funcional de uma cozinha. É possível empoderá-los com a junção de duas áreas inicialmente distantes. Nossa experiência na UFRJ tem evidenciado quão importante é a associação de disciplinas da área de Gestão com as especificidades da Gastronomia.
- A sistematização de resultados de pesquisa para empreendedores em Gastronomia – há um movimento de construção de um campo de conhecimento na Gastronomia no con-

1 MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 1998. 299 p.

# CAPÍTULO 9

## ENSINO DE EMPREENDERISMO NA GASTRONOMIA: uma experiência a partir do Projeto Mandioca

*Maria Eliza Assis dos Passos  
Ivan Bursztyn*

---

O tema empreendedorismo tem sido cada vez mais estudado diante de sua importância no desenvolvimento econômico e social de uma nação<sup>1</sup>. O aprimoramento do espírito empreendedor passou a ser visto como prioritário nas agendas e debates nacionais e internacionais. Nesse processo, a educação para o empreendedorismo foi apontada como uma das formas de se criar e difundir a cultura empreendedora e a formação de novos empreendedores<sup>2</sup>.

Uma maneira de alavancar iniciativas empreendedoras é por meio do ensino em Instituições de Ensino Superior (IES). Muitas IES, nacionais e internacionais, buscam atender a essa atual demanda da sociedade por meio da inclusão em suas grades curriculares do ensino formal do empreendedorismo em conjunto com práticas didático-pedagógicas recomendadas para essa abordagem<sup>3</sup>. Essa incorporação resulta em lançar no mercado profissionais capazes de responder com criatividade e inovação aos desafios postos para a criação de novos negócios, bem como promover a cultura da inovação dentro das empresas, contribuindo

- 
- 1 BERNARDO, N.; VIEIRA, E. T.; ARAUJO, E. A. S. A relevância da atividade empreendedora para o desenvolvimento econômico de um país. **Revista Científica On-line Tecnologia – Gestão – Humanismo**, v. 2, n. 1, 2013.
  - 2 SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação Empreendedora: Premissas, Objetivos e Metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, 2016.
  - 3 HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 5, p. 112-136, 2008.

para a sobrevivência das organizações em ambientes cada vez mais complexos e competitivos<sup>4,5,6</sup>.

Entende-se educação para o empreendedorismo como um processo de transmissão/aquisição do conhecimento sobre o ambiente e sobre o próprio indivíduo que visa contribuir para o desencadeamento de habilidades, atitudes e comportamentos para a prospecção e exploração de oportunidades buscando transformar o meio em que vive pelo desenvolvimento econômico, social e cultural<sup>7</sup>. Apesar da importância e destaque atual dado ao tema na prática de ensino, Ferreira, Gimenez e Ramos<sup>8</sup> pontuam que não há um resultado conclusivo quanto à melhor metodologia para este tipo de educação.

Para Krakauer, Krakauer e Coda<sup>9</sup>, a caracterização do empreendedorismo como um fenômeno que agrupa uma visão integrada de várias perspectivas social, psicológica, econômica e de gestão e não apenas relacionada a abertura de uma empresa, faz com que o entendimento do ensino da temática mereça uma abordagem diferenciada. Nela, questões relacionadas ao comportamento empreendedor, como avaliação de risco, desenvolvimento de projetos, busca do novo e de oportunidades, podem passar a ter destaque. Uma formação que abrace todas essas características necessita de uma adequação dos conteúdos e práticas didático-pedagógicas mais apropriadas para atingir seus objetivos, não utilizando apenas métodos comuns de transmissão de conhecimentos do ensino tradicional<sup>10</sup>.

A educação empreendedora possui, portanto, uma natureza e especificidades próprias que a distinguem dos modelos tradicionais de ensino. Sua ênfase está no processo de aprendizagem do aluno, com foco na ação e no aprender a aprender, configurando-se desse

4 *Ibidem*, 3.

5 SOUZA, L. N. et al. Inovação e empreendedorismo com o modelo de ensino/aprendizagem do jogo de papéis no ensino superior. In: Anais do V Encontro Nacional de Propriedade Intelectual – ENPI, v. 5, n. 1, p. 789-79, 2019.

6 SOUZA, L. N. et al. Inovação e educação empreendedora com modelo role-play no ensino superior. *Revista GEINTEC*, v. 10, n. 3, p. 5505-5516, 2020.

7 FERREIRA, M. J.; GIMENEZ, F. A. P.; RAMOS, S. C. Estudo comparativo das práticas didático-pedagógicas do ensino de empreendedorismo em universidades brasileiras e norte-americanas. *Revista Alcance*, v. 13, n. 2, p. 207-225, 2006.

8 *Ibidem*, 7.

9 KRAKAUER, P. V. C.; KRAKAUER, E.; CODA, R. Ensino de empreendedorismo: discussão de espaços e proposta de ecossistema. *South American Development Society Journal*, v. 5, n. 15, 2020.

10 *Ibidem*, 3.

# CAPÍTULO 10

## DA PANELA À TELA: uma experiência do uso de meios digitais em práticas de ensino de Gastronomia

*Sinval Espírito Santo*

---

Em seu livro *O professor revolucionário*, Thomas Joseph Burke apresenta a escola como um local que está preparando – e em muitos casos, preparando mal – os alunos com conhecimentos e habilidades que eles precisavam para viver nos dias de ontem.<sup>1</sup>

O uso de ferramentas e metodologias de ensino possui um papel fundamental no processo de troca de conhecimento e interação em sala de aula, permitindo um empoderamento e autonomia ao aluno em seu processo de aprendizagem. Ao definir o plano de aula e escolher a metodologia que irá instrumentalizar o ensino, o professor integra estratégias, técnicas e atividades voltadas a diferentes situações didáticas simuladas e vividas em sala de aula. O professor participativo considera o contexto do aluno, a temática da aula e da formação a qual o curso se propõe, tendo como objetivo propiciar condições para que o aluno possa se apropriar dos conhecimentos propostos. Sócrates (*apud* CARAVANTES, 2008) já afirmava que o mestre tem um papel de importância que vai muito além de ser simples fornecedor de informações, sendo de alguém que contribui para que seus discípulos sejam capazes, por si mesmos, de gerar e construir seu próprio conhecimento.<sup>2</sup>

Entretanto, considerando uma forma mais tradicional de trabalhar as atividades no momento do aprendizado seja na sala de aula, em uma visita técnica, em uma pesquisa de campo, vivência, simulação ou outra atividade em grupo, o professor é o ator que organiza equipes, propõe temas e tem o papel institucional de avaliar os resultados. É o professor que baliza se as apresentações, textos e ideias produzidas

---

1 BURKE, T. J. *O Professor Revolucionário: da pré-escola à universidade*. Petrópolis. Vozes, 2003.

2 CARAVANTES, G. R.; CARAVANTES, C. B.; CARAVANTES, M. **Comportamento organizacional e comunicação**. Porto Alegre, AGE, 2008.

pelos alunos a fim de averiguar se atingiram o resultado esperado. Embora esse acervo metodológico e ferramental, institucionalizado pelas escolas, possa propiciar bons resultados, percebe-se que ele traz consigo alguns problemas:

- O desgaste da fórmula por sua repetição;
- A falta de metodologias de trabalho mais adaptadas aos conteúdos e às características plurais e individuais dos alunos;
- A avaliação nem sempre é a mais adequada.

O uso de métodos mais inclusivos e que considerem as realidades do curso e do perfil dos alunos, bem como sua adoção e aplicação didática, dependerão muito da iniciativa do professor e de seu envolvimento com o ato pedagógico. Porém, certamente o sucesso dessa empreitada irá depender da forma como as aulas serão planejadas e desenvolvidas, o que pode mudar a postura dos alunos e potencializar os processos de aprendizagem.

No caso dos professores dos cursos de Gastronomia, o desafio é encontrar uma metodologia que propicie aos alunos situações de aprendizagem que os coloquem em contato com as demandas de sua futura profissão. As disciplinas de cunho mais teórico, ainda são, muitas vezes, ministradas com metodologias mais tradicionais de ensino tais como debates, aulas expositivas, trabalhos em grupo, pesquisas de campo, leituras e a chamada busca ativa. Porém, é possível adequar a demanda dessa transmissão de conteúdo a uma forma que seja mais ativa, mais envolvente, que use ferramentas mais interativas e imagéticas que além de motivar o aluno a pesquisar, sejam também adequadas às aulas práticas?

A partir de colocação do professor Thomas Joseph Burke, que abre este capítulo, um outro fator deve ser considerado para o entendimento da relação de aprendizado atual. Identifica-se uma realidade cada vez maior de que estamos lidando com um perfil de aluno inserido na pós modernidade. As características da pós modernidade podem ser resumidas em alguns pontos: propensão a se deixar dominar pela imaginação das mídias eletrônicas; colonização do seu universo pelos mercados (econômico, político, cultural e social); celebração do consumo como expressão pessoal; pluralidade cultural; polarização social devido aos distanciamentos acrescidos pelos rendimentos; falências das metanarrativas emancipadoras como aquelas propostas pela Revolução Francesa: liberdade, igualdade e fraternidade.<sup>3</sup> Esse contexto do pós moderno,

3 LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.

# CAPÍTULO 11

## APROVEITANDO A POLPA DO COCO VERDE: estratégia para o combate à fome e ao desperdício de alimentos

*Ingrid Conceição Dantas Guerra*

*Ellen dos Santos Cordeiro*

*Giovanna Carolina Weizel Lacouth*

*Carlos Antônio Henrique Sobrinho*

*Tatiana Zanella Rodrigues*

---

### Introdução

Cultura típica de clima tropical, o coqueiro vem sendo cultivado em cerca de 90 países. No Brasil, o cultivo do coco se desenvolve principalmente ao longo do litoral, sendo encontrado em áreas desde o estado do Pará até o Espírito Santo. Conforme Soares<sup>1</sup> (2014) as estatísticas atuais demonstram que o Brasil possui mais de 266 mil hectares implantados com a cultura, praticamente em quase todas as Unidades da Federação. Os produtos provenientes do coco verde ou maduro são amplamente utilizados e comercializados, sendo os principais a polpa e o óleo, além de ácido láurico, leite de coco, fibra, farinha e água de coco. De acordo com Almeida<sup>2</sup> *et al.* (2006) as aplicações desses produtos incluem alimentos, ração animal, sínteses industriais, sabões, detergentes e cosméticos.

O fruto é uma drupa fibrosa. O epicarpo é uma película fina e lisa que envolve externamente o fruto, com coloração variável de verde a

- 1 SOARES, G. L. *Aproveitamento da polpa de coco verde submetida ao congelamento rápido e lento*. Dissertação (Mestrado em Ciências Agronômicas) – Botucatu, São Paulo, UNESP, 2014.
- 2 ALMEIDA, A. C. O. de; LOIOLA, C. M.; ARAGÃO, W. M.; FREIRE, A. da C. *Caracterização carpológica de frutos de cultivares de coqueiro anão amarelo de diferentes locais de Sergipe*. Embrapa Comunicado Técnico 60, Aracaju, dez. 2006.

marrom. O mesocarpo, caracterizado por uma camada bastante grossa e fibrosa, torna-se matéria-prima com aproveitamento industrial variado, e o endocarpo, lenhoso, duríssimo, de coloração escura é utilizado com fins industrial e artesanal. Segundo Benassi<sup>3</sup> *et al.* (2007) entre o endocarpo e o endosperma, existe uma fina camada de coloração marrom (tegumento), aderida fortemente ao albúmen sólido que constitui a polpa.

De acordo com Santana<sup>4</sup> (2012), a polpa do coco verde é comestível, porém o consumo do fruto *in natura* limita-se a água. Apresentando características diferentes da polpa do coco maduro, que tem utilização tanto para uso culinário quanto para produtos industrializados, a polpa do coco verde, juntamente com a casca, é considerada resíduo para descarte.

Estima-se em dez anos o tempo para a completa decomposição de sua casca, gerando problemas graves de saúde pública, por ser foco de doenças e representar redução da vida útil de aterros sanitários e lixões e, principalmente, pela poluição de praias. Conforme Penha<sup>5</sup> *et al.* (2010) atualmente as fibras da casca de coco são usadas na fabricação de diversos materiais, aproveitadas pelas indústrias de polímeros e no agronegócio, com significativa geração de emprego e renda.

Segundo Andrade<sup>6</sup> *et al.* (2004), nas cidades litorâneas e turísticas do Brasil, podem ser encontradas grandes quantidades de coco verde descartados diariamente por comerciantes informais e por empresas que comercializam a parte comestível ou a água desse fruto. Isso tem provocado um significativo aumento nos serviços municipais de coleta, transporte e deposição de lixo em função, principalmente, do grande volume que representa. Devem-se considerar, também, a necessidade de grandes espaços nos vazadouros, o longo tempo de decomposição desse material (8 a 12 anos), os efeitos deletérios à paisagem urbana e

3 BENASSI, A. C.; RUGGIERO, C.; MARTINS, A. B. G.; ALBERTO DA SILVA, J. A. Caracterização biométrica de frutos de coqueiro, *Cocos nucifera L.* variedade anã verde, em diferentes estádios de desenvolvimento. *Revista Brasileira de Fruticultura*, Jaboticabal. 2007, v. 29, n. 2, p. 302-307.

4 SANTANA, I. A. *Avaliação química e funcional de polpa de coco verde e aplicação em gelado comestível*. 2012. 107 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Processos Químicos e Bioquímicos) – Instituto Mauá de Tecnologia, São Caetano do Sul, 2012.

5 PENHA, E. M.; CABRAL, L. M. C.; MATTA, V. M. Água de coco. In: VENTURINI FILHO, W. G. (coord.). *Bebidas não alcóolicas: ciência e tecnologia*. São Paulo: Blucher, 2010.

6 ANDRADE, A. M. de *et al.* Pirólise de resíduos do cocodabaia (*Cocos nucifera Linn*) e análise do carvão vegetal. *Revista Árvore*, Viçosa, v. 28, n. 5, p. 707-714, 2004.

# CAPÍTULO 12

## PROJETO DE EXTENSÃO SABERES, SABORES E PRÁTICAS GASTRONÔMICAS DA CULINÁRIA BRASILEIRA

*Thaina Schwan Karls  
Camila Pinheiro Coura  
Mara Lima De Cnop  
Guilherme Shitomi Akiyoshi  
Sarah de Freitas Batista*

---

O projeto de extensão “Saberes, Sabores e Práticas Gastronômicas da Culinária Brasileira” (SSPGCB) teve início no segundo semestre de 2018, e pertence ao Instituto de Nutrição Josué de Castro (INJC) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Este é composto por docentes e discentes do curso de Gastronomia e também disponibilizado para alunos de todos os cursos da UFRJ.

Nesse sentido, o projeto busca estratégias para fomentar a cozinha brasileira sob aspectos sociais, históricos e culturais relacionados à alimentação e à gastronomia nacional. Assim, procura agregar conhecimento sobre ingredientes, pratos típicos, identidade e história do Brasil dentro de estruturas regionais e informações que possam contribuir na formação intelectual da comunidade envolvida. Além do contexto social que cerca todas estas variáveis, é uma forma de ampliar o saber da população acerca da sua própria cultura e das suas raízes.

A proposta permite aos alunos envolvidos a indissociabilidade entre ensino-pesquisa-extensão e a interdisciplinaridade entre Gastronomia, Alimentação e História. Acredita-se que o projeto gera impacto social relevante, além da relação dialógica com a sociedade, por meio das oficinas interativas e materiais disponibilizados nos ambientes virtuais. Desta forma, a amplitude e importância social conjugadas à relevância do tema é um fator que destaca a validade do projeto de extensão.

Sob esse viés, busca-se atender objetivos claros como: proporcionar conhecimento e troca de saberes relacionados aos aspectos históricos, culturais, ingredientes e pratos característicos da cozinha nacional brasileira; incentivar a alimentação sustentável tanto no preparo quanto no consumo; agregar informações que possam qualificar a formação de profissionais; estimular o empreendedorismo através de vídeos que orientem no cálculo dos custos das preparações e venda; oportunizar aos acadêmicos e profissionais extensionistas a convivência com a comunidade, a realidade social e reflexão sobre a prática profissional.

## Identidade visual

Ademais, a identidade visual que foi pensada por todos os integrantes e desenhada pela discente do curso de Gastronomia e membro do projeto Bianca Eloi da Silva, apresenta uma relação com os objetivos. A lupa representa a investigação, a busca pelo conhecimento e informação. A panela de barro<sup>1</sup>, reconhecida como patrimônio imaterial do Brasil pelo Iphan (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), retrata a cozinha e os saberes culinários. Por fim, a fumaça que sai pela panela forma o desenho do território brasileiro, simbolizando assim, por completo, a busca por informações e a construção do conhecimento gastronômico nacional.

**Imagen 1 – Identidade Visual do Projeto**



Fonte: Própria (2018).

1 IPHAN. *Ofício das Paneleiras de Goiabeiras*. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/51/>. Acesso em: 28 jul. 2020.

# CAPÍTULO 13

## PROJETO *CONVIVIUM* E A QUALIFICAÇÃO DA GESTÃO DO RESTAURANTE COMUNITÁRIO DE QUILOMBO DO CAMPINHO (PARATY, RJ)

*Ceci Figueiredo de Moura Santiago*

*Ivan Bursztyn*

*Marcelo Azevedo*

*Vinícius Rangel*

*Luiza Rodrigues*

---

Na atualidade, muito tem se discutido no campo da alimentação sobre a necessidade da promoção de relações mais sustentáveis em toda sua cadeia produtiva. Novas formas de produção e consumo de alimentos têm sido alvo de pesquisa e projetos com o objetivo de gerar maiores benefícios para produtores e uma oferta de alimentos de mais qualidade para os consumidores. Os processos de inovação social no campo da alimentação podem representar alternativas rumo à sustentabilidade em contraposição aos modelos hegemônicos vigentes.

É nesse cenário que o projeto de extensão “*Convivium – Ampliando o diálogo entre produtores e consumidores*” se propõe a atuar. Com o objetivo geral de fortalecer e ampliar o diálogo entre produtores e consumidores tendo a gastronomia como foco, o projeto pretende: (i) consolidar as possibilidades e modos de atuação profissional do gastrônomo formado pela UFRJ; (ii) contribuir para o fortalecimento da inserção dos produtos da agricultura familiar no mercado gastronômico; (iii) apoiar a estruturação de grupos comunitários com interesse no desenvolvimento e valorização de sua gastronomia; (iv) qualificar e promover pequenos produtores (rurais e urbanos) para a atuação no campo da gastronomia; e, (v) promover atividades que estimulem o diálogo entre os atores do campo e da cidade, entre produtores e consumidores.

Faz-se necessário um maior diálogo entre a universidade e a sociedade de modo a desvelar todo um horizonte de possibilidades de atuação profissional para os formandos do curso de bacharelado em gastronomia da UFRJ. Acreditamos que a extensão universitária pode desempenhar um papel importante nesse cenário, oferecendo aos alunos oportunidades de interação com o ambiente externo e a universidade para que possam experimentar novas formas de atuação profissional e, com isso, consolidar um novo perfil de profissional no mercado.

O Restaurante Comunitário de Quilombo do Campinho está localizado às margens da BR 101, na cidade de Paraty (RJ). Quilombos, no passado, constituíram-se em locais de refúgio de africanos e afro descendentes escravizados em todo o continente americano. Hoje essas comunidades, são formadas por descendentes de pessoas que foram escravizadas que preservam, praticam e divulgam as tradições voltadas, entre outros aspectos, para a alimentação. O restaurante pertence à Associação de Moradores do Quilombo do Campinho (AMOQC) e foi fundado em 2007 com o objetivo de gerar trabalho, distribuir renda e fomentar a produção agroecológica na região.

Em sua operação mantém relações comerciais justas com outras comunidades tradicionais da região por meio da compra de insumos e da valorização da diversidade de expressões culturais. Além da gastronomia, as aproximadamente 150 famílias que vivem nos 287 hectares do Quilombo promovem o turismo comunitário<sup>1</sup> como principal estratégia de sobrevivência e relacionamento com o mercado, com base nos princípios da economia solidária<sup>2</sup>.

O diagnóstico operacional de um empreendimento gastronômico, independente do seu porte, é importante para a avaliação da gestão do negócio e a identificação de oportunidades de melhoria e modernização dos procedimentos utilizados no dia a dia de um serviço. Através do diagnóstico operacional, são identificados os pontos fortes e fracos dos diversos setores do negócio, ajudando os seus gestores a fazer um plano para busca de melhorias e consequente satisfação dos clientes. A proposta de trabalhar os processos de gestão do restaurante nos foi apresentada pelos responsáveis do negócio que estavam preocupados

1 BARTHOLO, R. dos S.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Editora Letra e Imagem, 2009.

2 SINGER, P. **Introdução a economia solidária**. Rio de Janeiro: Fundação Perseu Abramo, 2002.

# CAPÍTULO 14

## EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NA GASTRONOMIA DURANTE A PANDEMIA E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

*Breno de Paula Andrade Cruz*

---

O “novo normal” em função da pandemia do Coronavírus trouxe impactos para a sociedade em diferentes perspectivas – e a tecnologia teve papel de destaque nestas mudanças impostas por situação sanitária. A interação social mediada pelos computadores embora muito presente antes da pandemia acabou por se tornar ainda mais destacada nas nossas interações. Não faltaram lives no Instagram e Youtube, reuniões pelo Google Meet, Zoom e pelo WhatsApp. E, no cotidiano das universidades, nós professores(as) e alunos(as) nos moldamos a essa realidade de maneira a utilizarmos as mídias sociais para redefinir e executar novas ações de Extensão, Ensino e até mesmo Pesquisa.

Especificamente em relação à Extensão, é difícil pensar e agir em um contexto de isolamento social para muitos projetos ou ações – visto que muitas das vezes esse conjunto de atividades demandam envolvimento de extensionistas com um grupo específico de pessoas que constroem conosco nossas ações de extensão para além das salas de aula. Desta forma, tivemos que agir com base nos recursos e ferramentas que tínhamos para alcançarmos direta ou indiretamente nosso público-alvo. Se Paulo Freire sempre destacou a importância da extensão ao “pular os muros das universidades” e alcançar a sociedade, neste momento adaptamos seu valioso ensinamento; e por meio das mídias sociais como importantes ferramentas de comunicação minimizamos o isolamento social e “pulamos os muros das nossas casas” para entregarmos algum conteúdo à sociedade.

Meu objetivo neste capítulo é apresentar de maneira resumida algumas ações ou projetos de extensão relacionados direta ou indiretamente à Gastronomia e que continuaram a ser realizados em diferentes universidades por equipes extensionistas. A ideia deste capítulo surgiu

quando eu estava avaliando as apresentações individuais dos alunos de primeiro período da disciplina Iniciação à Extensão na Gastronomia, do bacharelado em Gastronomia da UFRJ. Percebi que diferente dos anos anteriores nesta disciplina, os discentes apresentam novos trabalhos que até então não tinham sido abordados por outros alunos em semestres anteriores.

A seguir apresento 14 projetos/ações identificados por mim e pelos alunos de primeiro período do bacharelado em Gastronomia da UFRJ na disciplina Iniciação à Extensão na Gastronomia. Eles foram agrupados neste capítulo a partir de quatro dimensões, são elas: Social, Ambiental, Cultural e Saúde. Cada dimensão apresentará um quadro com informações públicas obtidas nas mídias sociais dos projetos ou por meio do contato com os(as) coordenadores(as), associando à minha interpretação em relação ao objetivo geral de cada projeto/ação e sua relação com a Gastronomia.

## Dimensão social

Os quatro projetos aqui agrupados têm relação com uma perspectiva mais social da Gastronomia – sendo diretamente relacionados à uma preocupação com a geração de renda para grupos que podem se encontrar em uma situação de vulnerabilidade social e econômica. Neste sentido, o TransGarçonne, Superação na Cozinha, PAEG e Gastronomia Social articulam conhecimentos específicos em alguma das áreas da Gastronomia com a possibilidade de geração de renda para um grupo em situação de vulnerabilidade social ou econômica. O Quadro 1 apresenta os projetos, seus vínculos institucionais e suas características.

**Quadro 1 – Projetos/Ações de Extensão relacionados à Gastronomia que atuaram na dimensão social durante a pandemia<sup>1</sup>**

Projeto	Objetivo	Atuação na pandemia	Relação com a Gastronomia
<i>TransGarçonne (UFRJ)<sup>1</sup></i>	Capacita pessoas trans para o mercado de trabalho em Gastronomia – especificamente a subárea de Cafés, Bares e Bebidas.	Realização de lives com pessoas trans ou que estão na luta pela causa trans. O objetivo é dar visibilidade às pessoas transgêneras que se destacam em suas lutas e áreas.	Pessoas trans têm maior inserção em áreas como Gastronomia, Beleza e Entretenimento. É importante que essas pessoas não fiquem apenas nas cozinhas (muitas vezes invisibilizadas).

continua...

<sup>1</sup> Uma leitura aprofundada sobre este projeto pode ser realizada no volume 1 desta coleção.

# ÍNDICE REMISSIVO

## A

- Alimentação 12, 13, 17, 50, 51, 77, 78, 79, 80, 83, 84, 85, 87, 93, 96, 97, 99, 101, 102, 103, 106, 107, 113, 120, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 145, 146, 149, 154, 155, 160, 174, 175, 180, 189, 204, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 223, 227, 228, 229, 231, 232, 243, 246, 247, 248, 249, 260, 261, 262, 263, 265, 266  
Ambiente 12, 22, 25, 26, 27, 29, 31, 53, 56, 57, 59, 60, 63, 64, 68, 70, 77, 82, 85, 86, 87, 88, 89, 101, 109, 136, 146, 152, 158, 162, 184, 188, 189, 203, 205, 212, 228, 259  
Aprendizado 57, 60, 67, 70, 102, 159, 177, 178, 179, 181, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 197, 222, 223, 242, 262, 266  
Atuação na pandemia 244, 246, 247, 248, 249

## B

- Brasil 3, 11, 13, 14, 15, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 79, 83, 85, 86, 88, 91, 93, 94, 95, 96, 99, 100, 104, 105, 106, 108, 110, 123, 127, 128, 129, 155, 156, 163, 164, 179, 182, 201, 202, 204, 208, 212, 213, 215, 216, 218, 219, 220, 221, 223, 224, 231, 261, 264, 265, 266  
Brasileira 7, 9, 11, 12, 13, 16, 28, 31, 36, 38, 43, 50, 58, 65, 79, 83, 84, 86, 87, 88, 92, 93, 94, 110, 116, 128, 130, 131, 133, 136, 137, 153, 155, 162, 163, 164, 169, 182, 202, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 237, 246, 247, 248, 261, 263, 265

## C

- Cardápio 64, 66, 69, 72, 73, 88, 108, 113, 120, 138, 146, 149, 162, 164, 166, 169, 172, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 247  
*Chef* 24, 51, 52, 53, 57, 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 71, 73, 74, 75, 134, 185, 187, 264, 266

- Clientes 63, 64, 66, 67, 70, 73, 107, 108, 109, 111, 114, 115, 116, 118, 120, 122, 123, 137, 144, 148, 150, 153, 161, 163, 164, 169, 172, 229, 230, 232, 233, 234, 235, 236
- Comida 12, 16, 18, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 56, 60, 61, 62, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 74, 82, 84, 92, 94, 101, 103, 104, 106, 107, 108, 121, 127, 128, 129, 131, 133, 134, 140, 164, 196, 246, 248, 249
- Compra de insumos 162, 165, 166, 228
- Conhecimento 11, 12, 13, 14, 16, 19, 20, 21, 22, 25, 28, 30, 31, 37, 50, 56, 57, 63, 71, 91, 92, 103, 106, 123, 129, 131, 135, 136, 137, 141, 142, 143, 149, 158, 159, 161, 176, 177, 179, 181, 183, 184, 191, 194, 197, 209, 215, 216, 217, 218, 220, 221, 222, 223, 229, 234, 238, 245, 247, 248, 249
- Construção 7, 11, 14, 15, 18, 29, 30, 37, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 60, 63, 64, 71, 91, 93, 94, 101, 103, 104, 105, 106, 130, 133, 142, 143, 144, 147, 155, 157, 159, 160, 161, 163, 179, 207, 217, 221, 222, 223, 229, 242, 245, 246, 247, 248
- Consumo 12, 19, 20, 21, 22, 28, 29, 51, 54, 77, 79, 80, 81, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 91, 92, 96, 106, 107, 108, 127, 128, 129, 132, 133, 136, 144, 145, 152, 154, 155, 162, 165, 178, 202, 203, 204, 216, 219, 222, 227, 229, 231, 246, 259, 262, 264, 265, 266
- Consumo de alimentos 83, 87, 88, 107, 132, 133, 136, 227, 246
- Cozinha 13, 14, 16, 17, 18, 32, 33, 35, 41, 42, 49, 51, 56, 60, 61, 64, 66, 67, 72, 74, 81, 94, 95, 100, 101, 102, 103, 105, 134, 137, 140, 142, 145, 151, 155, 164, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 188, 197, 204, 205, 206, 215, 216, 221, 223, 225, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 244, 245, 247, 264, 266
- Criação 21, 24, 29, 33, 51, 52, 58, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 71, 72, 73, 80, 82, 85, 94, 122, 138, 158, 175, 182, 183, 196, 197, 217, 218, 240, 245
- Culinária 9, 13, 17, 21, 28, 29, 30, 33, 43, 52, 60, 63, 67, 72, 73, 74, 83, 94, 97, 100, 101, 129, 141, 163, 164, 180, 189, 190, 215, 217, 218, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 232, 246, 247, 248, 260, 261, 263, 265

Culinária brasileira 9, 13, 28, 94, 163, 164, 215, 217, 221, 222, 223, 224, 225, 246, 247, 248, 261, 263, 265

Cultura 11, 18, 21, 31, 50, 55, 56, 62, 64, 70, 81, 83, 85, 88, 91, 92, 94, 96, 98, 100, 101, 102, 103, 104, 107, 108, 129, 133, 157, 158, 162, 163, 164, 169, 188, 190, 195, 201, 215, 218, 219, 223, 236, 237, 246, 247, 248, 260, 262, 263, 264, 265

## D

Dados da pesquisa 24, 26, 27, 150

Desenvolvimento 13, 14, 50, 54, 59, 60, 64, 72, 74, 77, 79, 92, 102, 110, 111, 112, 130, 138, 139, 157, 158, 159, 160, 161, 179, 195, 202, 203, 204, 205, 206, 208, 215, 224, 227, 247, 259, 261, 264

Desperdício de alimentos 9, 13, 162, 165, 201, 205, 212

Direitos dos animais 12, 77, 80, 81, 88

Disciplina 18, 31, 129, 131, 134, 136, 139, 140, 141, 142, 143, 149, 155, 159, 160, 164, 168, 170, 172, 173, 174, 175, 176, 182, 191, 194, 230, 244, 245, 247, 248, 249

## E

Empreendimento 30, 143, 145, 146, 147, 148, 149, 151, 152, 153, 154, 160, 162, 163, 166, 169, 170, 171, 173, 174, 175, 210, 211, 228, 238, 239, 240

Empreendimentos gastronômicos 8, 12, 30, 140, 141, 143, 144, 146, 147, 150, 151, 153, 154, 155, 230, 245

Ensino 3, 4, 8, 11, 12, 13, 14, 29, 32, 33, 49, 116, 118, 119, 127, 129, 130, 141, 143, 147, 155, 156, 157, 158, 159, 176, 177, 178, 179, 180, 183, 189, 195, 213, 215, 224, 242, 243, 250, 265

Equipe 61, 63, 64, 66, 71, 72, 73, 74, 113, 120, 122, 138, 163, 171, 172, 209, 210, 230, 235, 240, 241

Espaço 25, 26, 29, 56, 85, 86, 91, 92, 102, 145, 147, 150, 151, 153, 162, 168, 169, 172, 189, 195, 231, 232, 235, 237, 238, 245

Experiência 8, 12, 16, 21, 25, 30, 31, 55, 59, 61, 63, 64, 66, 68, 70, 71, 111, 122, 130, 131, 135, 140, 141, 142, 143, 144, 147, 151, 155, 157, 159, 175, 176, 177, 180, 184, 213, 242, 245

**F**

*Fast Food* 8, 12, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 127

**G**

Gastronomia 3, 4, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 56, 57, 60, 61, 62, 63, 64, 67, 71, 74, 75, 77, 81, 91, 92, 93, 95, 97, 99, 101, 102, 103, 104, 127, 128, 129, 130, 131, 133, 134, 136, 140, 141, 142, 143, 145, 147, 149, 151, 152, 155, 157, 159, 163, 164, 165, 175, 177, 178, 179, 180, 182, 187, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 197, 201, 203, 204, 208, 211, 213, 215, 216, 217, 219, 221, 223, 224, 227, 228, 230, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266

Gastronomia no Brasil 14, 36, 43, 95, 129, 155, 224, 261, 265, 266

Gestão 9, 13, 30, 107, 109, 116, 141, 142, 143, 144, 146, 147, 148, 151, 155, 157, 158, 166, 210, 211, 227, 228, 229, 230, 234, 235, 239, 240, 241, 245, 261, 262, 266

Gestão de empreendimentos gastronômicos 143, 144, 147, 245

Gourmet 7, 11, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 56, 74, 94, 154

**H**

História 11, 17, 19, 50, 51, 53, 56, 61, 64, 66, 67, 68, 80, 91, 93, 96, 97, 99, 102, 103, 104, 105, 106, 130, 147, 163, 212, 215, 219, 221, 222, 223, 263, 265, 266

**I**

Identidade 7, 11, 31, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 64, 65, 66, 75, 83, 96, 103, 104, 106, 169, 204, 215, 216, 217, 236

Ingredientes 19, 33, 34, 41, 43, 45, 47, 49, 61, 65, 67, 73, 75, 91, 94, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 103, 104, 105, 106, 113, 122, 135, 181, 206, 215, 216, 217, 221, 222, 223, 246, 247, 248

Insumos 11, 15, 27, 32, 50, 92, 95, 96, 97, 144, 145, 152, 162, 165, 166, 167, 168, 169, 171, 172, 210, 223, 228, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 238, 239, 240

## M

Mercado 13, 21, 30, 39, 52, 59, 63, 72, 78, 79, 85, 86, 97, 107, 108, 129, 132, 138, 142, 143, 144, 147, 150, 151, 152, 154, 157, 160, 167, 227, 228, 244, 245

Mídias sociais 9, 13, 20, 30, 193, 217, 218, 243, 244, 250

## N

Necessidades e desejos 114, 117, 119, 120, 133

## O

Origem animal 82, 83, 84, 85, 88

## P

Pandemia 9, 13, 15, 153, 154, 155, 196, 204, 240, 241, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250

Pesquisa de campo 135, 143, 161, 165, 177

Planejamento estratégico em alimentação 141, 142, 143, 149, 155

Processo criativo na Gastronomia 7, 11, 51, 52, 60, 74

Projeto de extensão 9, 13, 215, 218, 223, 227, 259, 261, 262, 265

## Q

Qualidade 8, 12, 15, 20, 21, 25, 26, 27, 29, 30, 50, 74, 84, 103, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 122, 123, 131, 134, 138, 139, 140, 144, 145, 146, 147, 148, 150, 151, 152, 166, 180, 203, 206, 207, 225, 227, 234, 259, 262

## R

Receitas 18, 36, 37, 43, 46, 81, 82, 91, 92, 93, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 106, 134, 136, 137, 138, 161, 164, 179,

180, 181, 184, 191, 195, 196, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 213, 217, 221, 246, 247, 248, 249

Refeições 24, 84, 97, 127, 129, 132, 138, 139, 145, 162, 163, 165, 166, 168, 170, 171, 173, 204, 208, 220, 221, 232, 235, 236, 241

Restaurante 9, 13, 16, 23, 51, 64, 65, 66, 67, 71, 74, 75, 107, 109, 112, 113, 114, 117, 119, 120, 145, 147, 148, 150, 179, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 266

## S

Sabores e práticas gastronômicas 9, 13, 215, 225, 247, 261, 263, 265

Segurança alimentar e nutricional 133, 204, 207

Situação de vulnerabilidade social 204, 244, 245

*Slow Food* 143, 165, 245

Sociedade 11, 12, 17, 18, 19, 30, 53, 60, 65, 77, 78, 79, 81, 83, 84, 85, 87, 88, 91, 96, 128, 130, 132, 136, 137, 154, 157, 159, 183, 213, 215, 223, 228, 229, 241, 242, 243, 247, 248, 250, 266

Sustentabilidade 12, 13, 77, 85, 87, 89, 142, 143, 159, 160, 162, 167, 168, 169, 172, 174, 175, 176, 203, 204, 205, 211, 212, 227, 229, 245, 246, 248, 264

Sustentabilidade do meio ambiente 12, 77, 87, 89

## T

Termos franceses da gastronomia 33, 34, 36, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 265

Trabalho 16, 24, 38, 39, 51, 52, 54, 56, 58, 59, 62, 64, 65, 66, 70, 71, 72, 74, 77, 78, 79, 89, 97, 101, 106, 107, 119, 127, 128, 129, 132, 133, 134, 138, 140, 142, 145, 146, 148, 156, 159, 162, 164, 170, 171, 175, 178, 181, 182, 197, 206, 208, 211, 213, 221, 228, 230, 231, 233, 237, 238, 241, 244, 245, 259

**V**

Variedade de produtos 94, 144, 145, 149, 150

Vida 11, 18, 19, 20, 51, 52, 53, 54, 57, 60, 64, 67, 68, 69, 70, 72, 73, 78, 81, 82, 87, 91, 95, 97, 101, 102, 107, 108, 127, 128, 130, 131, 138, 140, 160, 169, 189, 202, 203, 209, 213, 241, 250, 259

# SOBRE OS AUTORES



## André Luis Policani Freitas

Doutor e Mestre em Engenharia de Produção (UENF). Engenheiro Mecânico (UFF). Professor Associado da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF). Atualmente é Chefe do Laboratório de Engenharia de Produção (LEPROD/UENF). Consultorias e pesquisas atuais estão focadas em gerenciamento da qualidade, qualidade em serviços, qualidade de vida no trabalho e problemas decisórios envolvendo múltiplos avaliadores (<http://lattes.cnpq.br/5269737098050933>).



## Anna Erika Ferreira Lima

Doutora em Geografia (UFC), Mestra em Desenvolvimento e Meio Ambiente (Prodema – UFC). Licenciada e Bacharel em Geografia (UFC). Professora do Departamento de Turismo, Hospitalidade e Lazer (IFCE-Campus Fortaleza). Coordenadora do Núcleo de Estudos Afrobrasileiros e Indígenas (Neabi-Campus Fortaleza).



## Arthur Dutton

Bacharelando em Gastronomia (UFRJ), bolsista de iniciação científica CNPq, organizador/autor do livro *Cozinhando Sonhos – Como futuros gastrônomos planejam empreendimentos socialmente sustentáveis* e membro do grupo de pesquisa ‘Consumo, Gastronomia e Redes Sociais Virtuais’ – CNPq.



## Breno de Paula Andrade Cruz

Doutor em Administração (EAESP/FGV), mestre em Administração Pública (EBAPE/FGV) e Administrador (UFLA). É professor Adjunto IV na graduação em Gastronomia na UFRJ, líder do grupo de pesquisa ‘Consumo, Gastronomia e Redes Sociais Virtuais’ – CNPq e um dos coordenadores do projeto de extensão

TransGarçonne.

**Camila Pinheiro Coura**

Doutora em Ciências Nutricionais (INJC/UFRJ), Mestre em Nutrição (INJC/UFRJ), Bacharel em Psicologia (UFRJ) e Tecnóloga em Gastronomia (UNESA/RJ). Professora de Culinária Internacional no Curso de Bacharelado em Gastronomia da UFRJ.

**Carlos Antônio Henrique Sobrinho**

Graduando em Gastronomia, Bolsista de Iniciação Científica do CNPq.

**Ceci Figueiredo de Moura Santiago**

Doutoranda em Educação pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Mestre em Avaliação pela Fundação Cesgranrio, bacharel em Nutrição pela UFPE. É coordenadora Acadêmica e docente no curso de Gastronomia da UFRJ e coordenadora das ações de extensão Projeto para Aceleração de Empreendedores Gastronômicos (PAEG) e Semana Acadêmica de Gastronomia.

**Daniela Alves Minuzzo**

Doutoranda em Alimentação, Nutrição e Saúde (PPGANS/INU/UERJ), mestre em Ciência de Alimentos (PPGCAL/IQ/UFRJ), bacharel em Nutrição (FASE) e tecnóloga em Gastronomia (UNESA/RJ). Professora de Culinária Internacional no curso de bacharelado em Gastronomia da UFRJ e coordenadora da ação de extensão “Cunhã: Gastronomia, Alimentação e Feminismo”.

**Danielle Rezende da Silva**

Danielle Rezende da Silva é graduada em Comunicação Social com habilitação em Cinema pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e em Gastronomia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Atuou em cozinhas profissionais e estuda temas relacionados à gastronomia e cultura.

**Ellen dos Santos Cordeiro**

Possui Graduação em Turismo é graduanda em Gastronomia pela Universidade Federal da Paraíba.

**Giovanna Carolina Weizel Lacouth**

Possui graduação em Design de Interiores pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (2007). Atualmente é gerente financeira de fundos públicos – Secretaria de Estado do Desenvolvimento Humano da Paraíba e é Graduanda em Gastronomia pela Universidade Federal da Paraíba.

**Guilherme Shitomi Akiyoshi**

Graduando do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Integrante do Grupo de Pesquisa “Estudos Históricos da Alimentação e Gastronomia no Brasil” – CNPq e bolsista no Projeto de Extensão “Saberes, Sabores e Práticas Gastronômicas da Culinária Brasileira” (INJC/UFRJ).

**Ingrid Conceição Dantas Guerra**

Possui graduação em Nutrição e Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos pela Universidade Federal da Paraíba e Doutorado em Nutrição Universidade Federal de Pernambuco. Atualmente é professora do Departamento de Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba. Atua principalmente na área de ciência e tecnologia de alimentos e desenvolvimento regional.

**Ivan Bursztyn**

Formado em Desenho Industrial pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio (2000) com mestrado (2005) e doutorado (2012) em Engenharia de Produção, com ênfase em Gestão e Inovação pela Coppe/UFRJ. É professor adjunto do

Departamento de Gastronomia do Instituto de Nutrição Josué de Castro da UFRJ e coordenador do projeto de extensão Convivium.



### **Juliana Damaris Cândido de Lima**

Docente do curso de graduação em Gastronomia (INJC/UFRJ), Mestre e Bacharelado em Engenharia de Produção (LEPROD/UENF). Atualmente é membro do Projeto de Pesquisa “Auxílio Multicritério à Decisão e Análise Multivariada de Dados”, em Qualidade dos Serviços em Restaurantes (LEPROD/CCT/UENF) e do Projeto de Extensão “Programa de Aceleração de Empreendimentos Gastronômicos”.



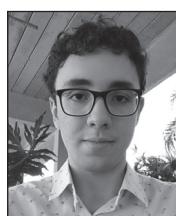
### **Letícia Ferreira Tavares**

Doutora em Alimentação, Nutrição e Saúde (UERJ), mestre em Saúde Coletiva (UFF), especialista em Nutrição Clínica (UFF), Gestão pela Qualidade Total (UFF) e Gastronomia, Cultura e Gestão (UNILASALLE). É professora Adjunta na graduação em Gastronomia da UFRJ e coordenadora do projeto de extensão Gastronomia na Promoção da Saúde.



### **Luiza Silva Rodrigues**

Bacharelanda em Gastronomia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e bolsista do Projeto Convivium – Ampliando o Diálogo entre Produtores e Consumidores de Alimentos.



### **Lincoln Sousa de Oliveira**

Bacharelando em Estatística (UFF), pesquisador de métodos para aprendizado de máquina e inteligência artificial; programador experiente com as linguagens R e Python; Trabalha com Estatística, Ciência de Dados e Automação de Processos; Membro dos grupos de pesquisa ‘Consumo, Gastronomia e Redes Sociais Virtuais’ e “Estatística é com R!”.

**Mara Lima De Cnop**

Doutora em Ciências Nutricionais (UFRJ), mestre em Nutrição Humana (UFRJ), especialista em Gastronomia (UNILASALLE) e graduada em Nutrição(UFF). Professora adjunta do Curso de Bacharelado em Gastronomia do INJC/UFRJ e membro dos projetos de extensão “Saberes, Sabores e Práticas Gastronômicas da Culinária Brasileira”, “Biodiversidade, Cultura Alimentar e Gastronomia”, “Gastronomia, Cultura e Memória” e “Semana Acadêmica da Gastronomia”.

**Marcelo Chaves de Azevedo**

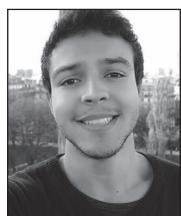
Mestre em Nutrição Humana (UFRJ), Especialista em Nutrição Clínica (UFRJ), Nutricionista (Centro Universitário Plínio Leite), Graduado em Gastronomia e Culinária pela Universidade Estácio de Sá e Professor Assistente do curso de Bacharelado em Gastronomia (INJC/UFRJ). Trabalha com Nutrição e Gastronomia, com ênfase em alimentos funcionais e compostos bioativos.

**Márcia Pimentel Magalhães**

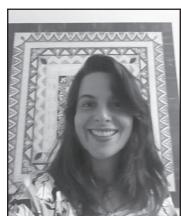
Doutoranda em História das Ciências e das Técnicas e Epistemologia (HCTE/UFRJ), mestre em Ciência e Tecnologia de Alimentos (UFRRJ), especialista em Alimentação Institucional pela (UGF), nutricionista (UERJ), professora Adjunta do Curso de Bacharelado em Gastronomia (INJC/UFRJ), membro da ação de extensão para Aceleração de Empreendedores Gastronômicos.

**Maria Eliza Assis dos Passos**

Doutora em Ciências Nutricionais (UFRJ), mestre em Nutrição Humana (UFRJ), especialista em Nutrição Clínica com Foco em Cardiologia e Alta Complexidade (Hospital Pró-Cardíaco), nutricionista (UNIRIO) e professora Adjunta do curso de Bacharelado em Gastronomia (INJC/UFRJ). Membro dos projetos de extensão “Gastronomia na Promoção da Saúde” e “Convivium”.

**Patrick da Silva Cardoso**

Cozinheiro em nível técnico pelo SENAC/Bahia (2016) e graduando do curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Bahia. Desde 2017, tem atuado como pesquisador de Iniciação Científica (CNPq) no projeto Termos da gastronomia francesa reconhecidos em dicionários técnicos publicado no Brasil, tendo publicado dois livros sobre a temática.

**Paula Albuquerque Penna Franca**

Doutoranda em Ciências Nutricionais (UFRJ), mestre em Nutrição Humana (UFRJ), nutricionista (UVA) e chef de cozinha (Tante Marie School of Cookery/ UK). Docente do curso de graduação em gastronomia (INJC/UFRJ), professora convidada do Instituto Luciana Harfenist, membro do projeto de pesquisa “Avaliação do consumo alimentar quanto ao impacto ambiental da dieta e desenvolvimento de alimentos proteicos com foco na sustentabilidade” (DAFEE/INJC/UFRJ).

**Paulo César Bandeira Moreira**

Especialista em Ciência de Alimentos (IFCE), graduado em Gastronomia (Uninassau Fortaleza), professor de Cozinha Cearense, Cozinha Fria e Garde Manger, Confeitaria e Chocolateria do curso de Gastronomia da Uninassau Fortaleza e membro pesquisador do OCCA (Observatório Cearense da Cultura Alimentar).

**Raquel Alves da Silva da Costa**

Bacharelada em Gastronomia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e integrante do grupo de pesquisa ‘Consumo, Gastronomia e Redes Sociais Virtuais’ – CNPq.

**Renato Augusto da Silva Monteiro**

Doutor em Educação em Ciências e Saúde (UFRJ), Mestre em Educação (UNIRIO), Especialista em Educação Ambiental (UFJF), e Bacharel em Turismo (Fundação Educacional São José). É professor Adjunto do Departamento de Gastronomia do Instituto de Nutrição Josué de Castro da UFRJ, coordenador do projeto de extensão TransGarçonne e líder do grupo de pesquisa Consumo, Gastronomia e Redes Sociais Virtuais – CNPq.

**Rita Maria Ribeiro Bessa**

Doutora em Linguística, Professora Associada de Língua Francesa nos cursos de Letras e de Bacharelado em Gastronomia na Universidade Federal da Bahia. Professora do Curso de Pós Graduação em Língua e Cultura na UFBA. Pesquisadora em Estudos terminológicos e em Ensino de Língua Francesa com Fins Específicos com enfase em elaboração de materiais didáticos. Livros publicados Termos Franceses da Gastronomia no Brasil: Confeitaria e Panificação (2018) e Termos Franceses da Gastronomia no Brasil: Molhos, bases e aromáticos (2020).

**Sarah de Freitas Batista**

Graduanda do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Integrante do Grupo de Pesquisa “Estudos Históricos da Alimentação e Gastronomia no Brasil” – CNPq e bolsista no Projeto de Extensão “Saberes, Sabores e Práticas Gastronômicas da Culinária Brasileira” (INJC/UFRJ).

**Sinval Espírito Santo Neto**

Doutorando em História (UFGM) e Mestre em Cucina Italiana (ICIF). Membro da Academia Della Cucina Italiana e da Frente da Gastronomia Mineira. Mestre pela PUC-Minas onde realizou a pesquisa “Gastronomédia: a midiatização da gastronomia na contemporaneidade”. Professor na graduação e pós-graduação

em Gastronomia em Universidades de Minas Gerais e no IFMG-Ouro Preto. Chef do Restaurante Fubá.



### **Steven Dutt Ross**

Atualmente é professor da UNIRIO onde realiza pesquisas sobre a inovação na Gestão Pública, Tecnologia e Métodos Quantitativos. Focado nesses métodos aplicados ao setor público, trabalha com Estatística, Ciência de Dados, Aprendizado de Máquinas e Gestão Pública. É líder do grupo de pesquisa ‘DATAUNIRIO: Estatística, Ciência de Dados e Sociedade’ e membro do grupo de pesquisa Consumo, Gastronomia e Redes Sociais Virtuais’.



### **Tatiana Zanella Rodrigues**

Graduanda em Gastronomia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduada em Nutrição pela Faculdade Internacional da Paraíba (FPB), 2014. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq.



### **Thaina Schwan Karls**

Doutora em História Comparada (UFRJ), Mestre em Hospitalidade (UAM), Graduada em Gastronomia (FNM). Professora Adjunta do Curso de Gastronomia (INJC/UFRJ). Coordenadora do grupo de pesquisa Estudos Históricos da Alimentação e Gastronomia no Brasil – CNPq (INJC/UFRJ).



### **Vinícius Diniz Villas Bôas Rangel**

Bacharelando em Gastronomia (UFRJ), concluinte do curso de Barista pela Casa do Barista. É voluntário nos projetos: PAEG, CONVIVIUM e Diamantes na Cozinha. Participa da elaboração de projetos de assessoria com o Chefe João Diamante.

**SOBRE O LIVRO**

Tiragem: 1000

Formato: 14 x 21 cm

Mancha: 10,3 x 17,3 cm

Tipologia: Times New Roman 11,5/12/16/18

Arial 7,5/8/9

Papel: Pólen 80 g (miolo)

Royal Supremo 250 g (capa)