

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Maicon Crestani

**Ser *Chef* de cozinha:
Do glamour à realidade profissional**

Porto Alegre

Julho de 2015

Universidade Federal do Rio Grand do Sul

Maicon Crestani

**Ser *Chef* de cozinha:
Do glamour à realidade profissional**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para conclusão do curso de graduação.

Orientador: Prof. Dr. Daniel Gustavo Mocelin

Porto Alegre

Julho de 2015

Maicon Crestani

**Ser *Chef* de cozinha:
Do glamour à realidade profissional**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para conclusão do curso de graduação.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Daniel Gustavo Mocelin

Prof. Dr. Fernando Coutinho Cotanda

Prof. Dr. Mauro Roese

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo compreender questões ligadas à profissão *Chef* de cozinha, considerando-se dois aspectos que envolvem o fenômeno: de um lado, a glamourização em torno destes profissionais e, de outro, a realidade encontrada no ambiente de trabalho. Nesse sentido, valemo-nos do conceito de identidade profissional, sobretudo na perspectiva de Claude Dubar, buscando entender algumas relações entre processos biográficos desses atores, trajetória e o próprio exercício da profissão, assim como aferir questões ligadas à satisfação do grupo profissional com o seu ofício, levando em consideração a existência do fator glamour no imaginário daqueles que buscam a profissão de *Chef* em confronto com a realidade prática encontrada no exercício dessa profissão. As entrevistas foram realizadas apenas com *Chefs* que são proprietários de restaurantes ou que têm empresa de eventos. Verificamos que, dentre os entrevistados, a questão do glamour é de certa forma assimilada pelos profissionais, com base na realidade. Evidenciaram-se, também, ao longo do trabalho, outros fatores que são importantes para a satisfação desses profissionais: o sucesso do empreendimento e a percepção da profissão como arte.

SUMÁRIO

Resumo

| | |
|---|-----------|
| Introdução | 6 |
| Capítulo 1. Problematizando a profissão de <i>Chef</i> | 8 |
| 1.1 A glamourização da profissão | 8 |
| 1.2 Os <i>Chefs</i> de Cozinha como objeto sociológico..... | 14 |
| Capítulo 2. Considerações sobre o conceito de Identidade Profissional..... | 17 |
| Capítulo 3: Para além da glamourização da profissão de <i>Chef</i>: a realidade do trabalho do <i>Chef</i> | 23 |
| Conclusão | 39 |
| Referências | 42 |
| APÊNDICE | 43 |

Introdução

Esta pesquisa tem como objetivo refletir sobre a profissão de *Chefs* de cozinha, sobretudo tendo em consideração a existência de um fenômeno recente que diz respeito à glamourização em torno destes profissionais.

Atualmente o tema da gastronomia tem sido muito veiculado pela mídia, por meio de todos os canais possíveis (livros, revistas, sites, programas de televisão, entre outros), sendo, não raro, a figura do *Chef*, personagem central desse tema, tratado como celebridade. A profissão, nesse sentido, ganhou certo destaque, com um aumento expressivo de cursos de formação técnica, inclusive com ênfase no ensino superior, em alguns casos, internacionais.

Diante desse fenômeno, o objetivo do presente estudo foi o de entender melhor, com base nas ferramentas da sociologia do trabalho e das profissões, como se dá no dia a dia a formação e a atuação desse grupo de profissionais. Para tanto, mobilizou-se o conceito de identidade profissional, sobretudo na perspectiva de Claude Dubar, buscando entender algumas relações entre processos biográficos desses atores, trajetória e o próprio exercício da profissão, assim como aferir questões ligadas à satisfação do grupo profissional com o seu ofício.

Destaca-se que a investigação buscou levar em consideração a existência do fator glamour no imaginário daqueles que buscam a profissão de *Chef* em confronto com a realidade prática encontrada no exercício dessa profissão.

Desde já, esclarecemos que as entrevistas foram realizadas apenas com *Chefs* que são proprietários de restaurantes ou que têm empresa de eventos, o que, por um lado, não abarcou toda a categoria, se levarmos em consideração a existência de profissionais que não possuem estabelecimento próprio, sendo empregados formais contratados. Por outro lado, o deslocamento da pesquisa para *Chefs* que também são proprietários de estabelecimentos permitiu pensar a profissão a partir da lógica do empreendedor.

Nessa perspectiva, é possível dizer, sobre a profissão de *Chef*, que os próprios entrevistados não têm bem definido o que, na prática, caracteriza a profissão,

sendo que muitas vezes se confundem os papéis de cozinheiro, empreendedor, *Chef* entre outras funções dentro do ambiente de trabalho do restaurante.

Nossa hipótese para o desenvolvimento do trabalho foi a de que o imaginário da profissão construído a partir do glamour pode entrar em confronto com a realidade da profissão, acarretando negativamente a formação indentitária desses trabalhadores, sobretudo no que diz respeito à satisfação profissional.

A pesquisa foi construída a partir da análise de conteúdo de entrevistas semiestruturadas com sete *Chefs* que também são proprietários de estabelecimentos de gastronomia¹, conforme roteiro constante no Apêndice. Os contatos foram realizados via telefone e/ou email, havendo receptividade por parte dos entrevistados, sendo que tais entrevistas foram realizadas no período de três semanas (maio e junho de 2015).

No Capítulo 1, apresentamos a profissão de *Chef* de cozinha e sua pertinência como objeto sociológico, assim como mostramos o fenômeno da glamourização que há atualmente em torno da profissão.

O Capítulo 2 é dedicado à apresentação do referencial teórico, oportunidade em que desenvolvemos o conceito de identidade profissional, no sentido de melhor compreendermos o objeto deste trabalho.

Com base nos dados colhidos em pesquisa de campo, no capítulo 3 fazemos uma análise da prática vivenciada por estes trabalhadores, tendo em conta o fenômeno da glamourização da profissão e com base na nossa hipótese acima apresentada.

¹ Seja único proprietário ou em caráter societário.

Capítulo 1. Problematizando a profissão de *Chef*

1.1 A glamourização da profissão

Importante falar sobre esse fenômeno da glamourização da profissão de *Chefs* de cozinha porquanto, de certa forma, essa situação acaba por refletir nas expectativas e no imaginário daqueles que se interessam pela profissão. E, também, pelo fato de que tais sentimentos tendem a seguir o sujeito no decorrer da sua formação e profissionalização.

A figura abaixo, retirada de um sítio eletrônico especializado em gastronomia, demonstra um panorama sobre a hierarquia na organização de um restaurante de alto padrão. O nível de detalhamento esboçado na figura talvez não esteja em nenhum restaurante na cidade de Porto Alegre. No entanto, demonstra que existe, em tese, uma simbologia e uma diferenciação entre os profissionais, fator esse que entendemos como importante no estudo da construção da identidade dos *Chefs*.

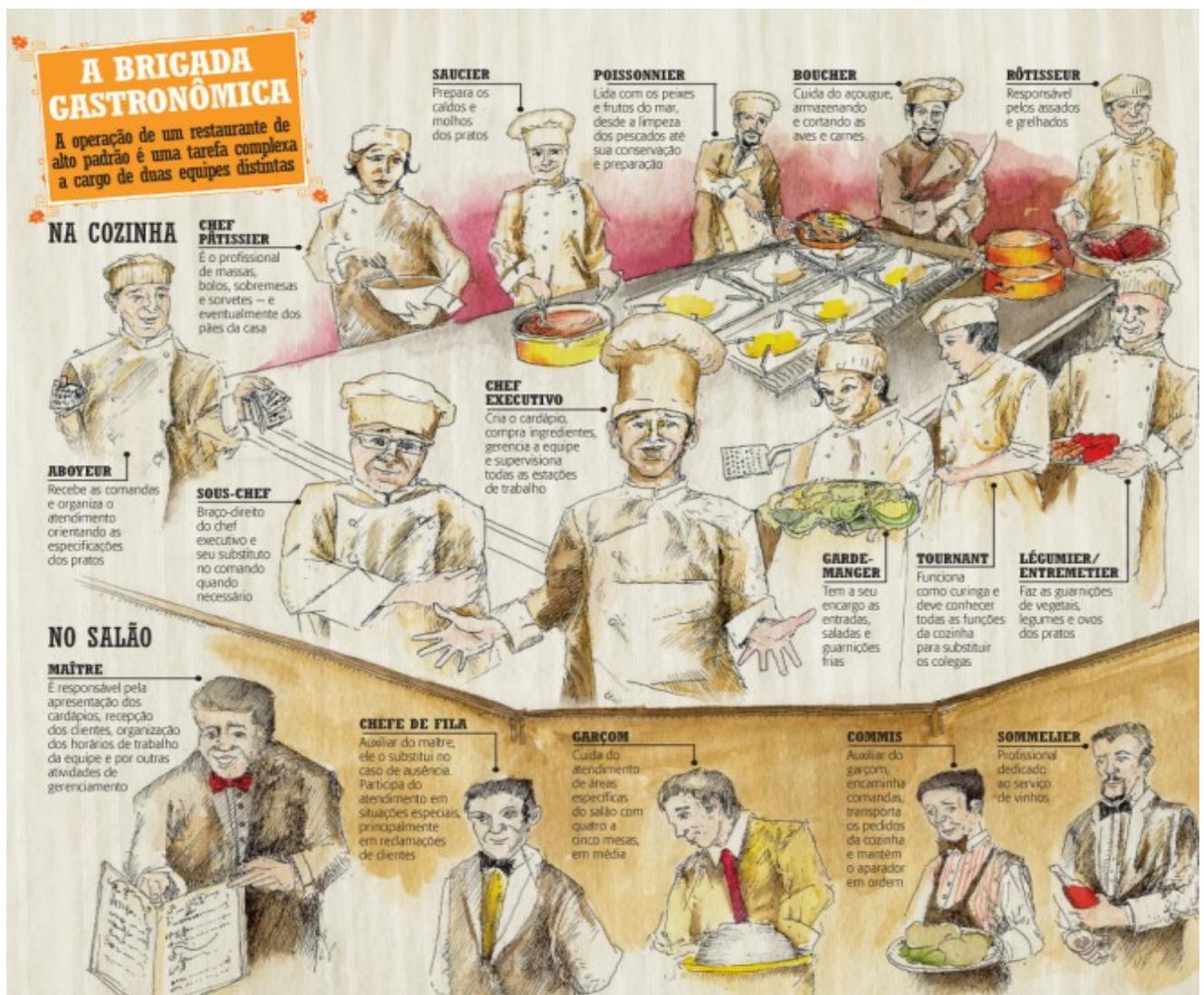


Figura 1. Hierarquia na organização de um restaurante de alto padrão.

Fonte: <http://www.notasdesabor.com.br/mundo-gourmet/estamos-precisando-de-mais-cozinheiros-menos-chefs/>

Hoje é possível encontrar seções de livros que são direcionadas especificamente para o tema da gastronomia, muitos deles assinados por *chefs* reconhecidos, seções essas que ganham destaque na disposição visual das livrarias. Somam-se a isso inúmeros programas de televisão, alguns deles com a temática para a

apresentação de receitas por um *Chef* e até mesmo programas de competição para a escolha do melhor *Chef*, em estilo *reality show*. Filmes também têm explorado muito a temática, contribuindo para a glamourização da profissão. Há também um nicho reservado a revistas especializadas, destacando-se fotos de capas com profissionais que representam o sucesso e a alegria com a profissão. O tema ganhou espaço também em novela da maior emissora de televisão do Brasil, com destaque para a profissão de *Chef*. Além disso, chama a atenção o uso de *blogs* e redes sociais, veículos pelos quais esses profissionais apresentam-se ao público, muitas vezes com ofertas de dicas sobre gastronomia.

Tudo isso é prova do tamanho da glamourização da profissão de *Chef* atualmente, que foi acompanhada com a abertura de muitos cursos de gastronomia, muitos deles com formação superior. E, nessa gama, iniciou-se um processo de procura pela formação, contribuindo para a abertura de restaurantes que apresentam como diferencial a assinatura de um *Chef*.

Ao lado dessa oferta também se forma uma demanda, em que os consumidores passam a procurar esse novo mundo que pode lhes oferecer uma forma de distinção, porquanto a comida não se presta mais somente à alimentação, mas passa a ter um papel cultural. E, dessa forma, o ciclo se fecha, havendo uma confluência de interesse entre o consumidor e os serviços prestados pelo *Chef*. A questão dos novos hábitos alimentares, eivados de elemento cultural e social, não é a preocupação central desta pesquisa, embora seja um tema muito interessante. Todavia, não se pode deixar de falar desse tipo de demanda, porquanto ela está necessariamente ligada à sustentação da glamourização dos *Chefs* de cozinha.

Sobre esse processo em que o *Chef* passa a ter um papel de celebridade, citamos novamente o trabalho de Luderer (2013), em que a autora trabalha com a ideia de espetacularização dos *Chefs*-celebridade, com uma análise das revistas de gastronomia de luxo. A referida autora destaca que o surgimento desse novo seguimento no Brasil teve como principais causas o processo de globalização e a facilidade de importação de ingredientes a partir da década de 1990. Além disso, a autora ressalta que a vinda de *Chefs* franceses ao Brasil no final da década de 70, abrindo restaurantes de alto padrão, também contribuiu, mesmo que de maneira muito incipiente, para a futura glamourização dos profissionais.

Trabalhando com a história da alimentação no Brasil, Demozzi (2012, 15) destaca que:

É importante salientarmos que o reconhecimento da alta gastronomia no Brasil não significa que o país não tivesse uma cultura de culinária internacional nos restaurantes. Seria impossível enumerar aqui a diversidade de pratos de outros países que eram e continuam sendo servidos nos estabelecimentos em todo o país. Nos anos 50, por exemplo, o estrogonofe era considerado um prato bastante elegante e servido em restaurantes refinados (...). Podemos perceber que essas preparações são lentamente introduzidas nos restaurantes por intermédio da cultura dos imigrantes, das viagens dos donos de negócios de alimentação e artistas da época (...). É entre os anos 90 e os anos 2000, entretanto, que a gastronomia entendida aqui como um conjunto de serviços voltados para transformar a refeição em algo maior do que apenas alimentar, ou seja, na tentativa de ousar e impressionar os comensais tem seu ápice de visibilidade no Brasil. Inseridos neste contexto estão os agentes da cozinha que não são mais apenas chefs ou cozinheiros, mas conhecedores de harmonizações, gestão de restaurantes e até mesmo os chamados “comensais especialistas” ou o público gourmet.

Portanto, hoje é fato que a profissão tem um reconhecimento muito destacado se for comparado com algumas décadas anteriores. E é com base nessa valorização que surge o interesse pelo estudo da identidade profissional dos *Chefs* de cozinha.

Com efeito, o Brasil tem revelado talentosos *chefs*, sendo que a riqueza de elementos naturais do país que podem ser transformados em alimentos facilita o surgimento dessa nova geração de profissionais que buscam se destacar na profissão e criar razões para a sua legitimação profissional.

Essas novas referências na arte da cozinha acabam por fomentar um mercado que vem crescendo cada vez mais, despertando o desejo de uma busca por uma profissão, mas, além disso, um trabalho que tem um reconhecimento de celebridade.

Hoje podemos citar um número de profissionais que têm um reconhecimento até midiático, que impulsiona esse imaginário. Desse modo, o *Chef* não é mais tão somente aquele estereótipo francês, distante, às vezes até caricatural. Ao contrário, é possível encontrar *chefs* como o reconhecido Alex Atala, proprietário do restaurante D.O.M, um dos mais conceituados do mundo, que tem uma maneira de agir

diferente dos *chefs* clássicos, e até mesmo levanta uma bandeira política a respeito do alimento como uma questão cultural.

Sobre o tema, a informação constante no site do Restaurante *D.O.M – Gastronomia Brasileira*, cujo proprietário é hoje o *Chef* mais reconhecido no Brasil – Alex Atala -, dá uma ideia sobre essa valorização do viés nacional no que diz respeito à gastronomia²:

Com os pés fincados em suas raízes e os olhos voltados para o futuro, Alex Atala é acima de tudo um apaixonado. Pelo Brasil, pela natureza, pela gastronomia, pela vida. Movido por desafios e um grande sentimento de indignação, Atala consegue com extrema delicadeza e técnica transformar essa energia criativa em experiências inesquecíveis para quem tem a oportunidade de provar suas invenções. Seu foco é explorar todas as possibilidades gastronômicas dos ingredientes nacionais, aliando as bases clássicas às técnicas atuais. No entanto, com arrojo e visão, Atala supera as fronteiras da cozinha e atua como cidadão responsável, valorizando o pequeno produtor, incentivando jovens profissionais e apoiando projetos de terceiro setor.

O que não se pode negar aqui é que o imaginário da experiência internacional é um ponto central na carreira, tanto no sentido de algo a ser perseguido, como no que diz respeito à sua negação. Assim, essa influência acaba por ter um efeito na construção das identidades destes profissionais, que se realizam mais ou menos de acordo com o nível de formação nessa área, ou mesmo pela negação dessa perspectiva.

Esses casos servem apenas para dar um panorama sobre os *chefs* que possuem prestígio atualmente no Brasil e que, conseqüentemente, colocam a profissão em evidência propiciando a busca de interessados pela profissão.

Merece ser destacado que, em pesquisa ao sítio eletrônico do Ministério da Educação – Sistema e-MEC -, a busca com a palavra *gastronomia* no campo “curso superior” retornou, dentre cursos presencial e à distância, 444 cursos no Brasil, o que representa um número expressivo de oferta nessa área, indo ao encontro do que afirmamos. No Estado do Rio Grande do Sul, são 9 cursos³. Dessa forma, é possível observar que o mercado está em alta no país.

² Disponível em: <http://domrestaurante.com.br/pt-br/alex.html>. Acesso em: 12/06/2015.

³ Pesquisa realizada em 26/05/2015.

Dentro dessa perspectiva, citamos a existência do conceito de *capital culinário* (*culinary capital*), o qual foi criado pelos autores Peter Naccarato e Kathleen LeBesco e tem amparo no conceito de capital de Bourdieu, traduzindo-se como uma espécie de amálgama de diferentes capitais simbólicos, e também econômico, relacionado a fatores atinentes às práticas alimentares (LUDERER, 2013). Interessante aqui o quarto capítulo do livro, que trata de uma elite formada por *Chefs* e outros atores do ramo (como críticos e consumidores) que têm o papel de controlar este capital social (LUDERER, 2013).

A ideia de capital culinário lançada por esses autores de certa forma chama a atenção para a importância que esse ramo conseguiu construir, valendo-se de capitais simbólicos para, de um lado, produzir consumidores e, de outro, fomentar até mesmo o ramo da educação, com a oferta de cursos, sem falar na questão da publicidade e toda a gama de envolvimento em mídias contemporâneas sobre as quais falamos anteriormente.

Nesse sentido, esse processo de glamourização dos *Chefs* de cozinha está associado a outro processo também muito recorrente que é o da Goumertização, em que há uma sofisticação artificial de produtos simples: o antigo restaurante da esquina se torna um “ateliê culinário”, ou um “consultório de alimentos”; a padaria passa a ser “ateliê do pão”, ou “laboratório do pão”, e assim por diante.



1.2 Os *Chefs* de Cozinha como objeto sociológico

A sociologia brasileira produziu importantes trabalhos sobre a cozinha. São citados como clássicos os trabalhos de Gilberto Freire – *Açúcar: uma sociologia do doce com receitas de bolos e doces do Nordeste brasileiro*, publicado em 1939, e *História da Alimentação Brasileira, de Câmara Cascudo*, publicado em 1983.

O objeto que temos como escopo estudar diz respeito a um enfoque mais específico da cozinha brasileira no contexto atual: concentra-se no responsável pela fabricação dos pratos, mais conhecido como *Chef*, o qual tem sido cada vez mais citado como celebridade, estando presente em revistas, programas de televisão, entre outras mídias que dedicam grande parte de seu espaço para a promoção de novos *Chefs*. Portanto, os *Chefs* de cozinha são o objeto com o qual queremos trabalhar.

É preciso registrar que, na investigação referente a abordagens sobre este objeto, encontramos trabalhos de outras áreas que analisaram, sob perspectivas diferentes, a formação e a atuação no mercado de trabalho dos *Chefs* de cozinha. Lembramos que nosso interesse é focar no processo de construção de uma identidade profissional dos *Chefs*, partindo de estudos que de certo modo já levantaram informações que possam contribuir para a pesquisa. Sob essa perspectiva, podemos citar o trabalho “Chefe de cozinha: representações de candidatos e alunos de cursos de formação em gastronomia” (CARVALHO, 2009), em que o autor constatou que os principais fatores motivadores na busca pela profissão foram os de natureza pessoal e social, na frente, por exemplo, da própria busca da realização profissional. Esse dado se mostra importante para refletirmos acerca da nossa proposta de estudo, porquanto as motivações para as buscas da profissão são valiosas para se pensar na construção da identidade profissional destes atores, sobretudo porque, a nosso ver, essas motivações acabarão se confrontando com a vivência do campo profissional, fenômeno que buscaremos melhor entender ao longo do trabalho.

Mas não apenas as motivações pessoais são determinantes para que alguém busque a profissão. Existem estudos que têm por objetivo desvendar o fenômeno recente sobre a importância dos *Chefs*, a fim de entender a perspectiva daqueles que procuram se tornar um *Chef*, a partir de um estereótipo produzido pela mídia (LUDERER, 2013). Aqui, a questão examinada diz respeito a saber como os

dispositivos de comunicação interferem na construção de um espetáculo em que estes profissionais são transformados em celebridade. Em suma, o que está em jogo nessa perspectiva, e tem fundamental importância no estudo da identidade profissional desses atores, diz respeito à espetacularização sobre a profissão.

Estes, portanto, são aspectos importantes para se compreender como ocorre a formação destes profissionais, levando-se em consideração motivações pessoais e sociais e os fatores que são gerados pela mídia na construção da sua identidade.

Deve-se ter em mente que a valorização dos *Chefs*, pelo menos no Brasil, é um fenômeno recente. Portanto, esse elemento também deve ser considerado na análise que estamos realizando. Veja-se, nesse sentido, que o trabalho de Juliano da Rosa (2008), sob uma perspectiva histórica, evidencia as causas que levaram à valorização do profissional, buscando identificar o perfil do “*cozinheiro*” da década de 60 em contrapartida ao profissional atual, que vive uma significativa valorização. O estudo citado tem como objeto o processo histórico, social e cultural de valorização do *Chef* de cozinha, tendo como referencial teórico o trabalho de Norbert Elias em *O Processo Civilizador*, no aspecto que as formas de apresentação do alimento servem como uma forma de distinção social. Queremos chamar atenção, portanto, para o papel que a expectativa produzida pelos meios de comunicação em pessoas que procuram a formação de *Chef* pode desempenhar na construção de sua identidade profissional.

Com base no que foi dito, mostra-se interessante a dicotomia entre o imaginário daqueles que buscam a formação profissional e o que eles acabam observando na prática. O trabalho de Marcelo Malta (2013), que tem um enfoque na formação superior em um curso de gastronomia na cidade de São Paulo, no qual o autor buscou identificar, por intermédio de duas variáveis (expectativa e satisfação), a influência do processo de formação na opinião de dois grupos de alunos – os ingressantes e aqueles que estavam para concluir o curso -, tem pertinência, de certa forma, com nossos questionamentos, levarmos em consideração que tais fatores são relevantes para se identificar aspectos da identidade profissional.

Apenas a título de formalidade sobre as profissões, ressaltamos que na listagem da Classificação Brasileira de Ocupações - CBO - aparecem catalogadas as profissões de *cozinheiro*, *Chef*, *Chefe de Cozinha* e *Administrador de Restaurante*. Na

prática, contudo, encontramos dificuldade em estabelecer diferenças entre essas ocupações, sobretudo porque as entrevistas ocorreram com os *Chefs* que são proprietários de restaurantes, e aí é possível verificar uma polivalência desses profissionais, que são cozinheiros, *chefs*, empreendedores, entre outras funções dentro do restaurante.

Como nosso objetivo não diz respeito à conceituação ou classificação da profissão, importa apenas entender o fenômeno, tendo em vista a classificação oficial e o que ocorre na prática profissional em termos de construção identitária.

O cenário que hoje existe no ramo da gastronomia conta com esses fenômenos que vinculam a profissão a algo além do preparo de pratos. A problematização que propomos desenvolver no presente estudo considera que a identidade profissional é construída em um processo relacional e contextual, de trocas de experiências e imersão de trajetórias. Ocorre que a glamourização não parece ser uma unanimidade entre os profissionais do ramo. Como veremos adiante, na prática existe até um movimento contrário a este processo de glamourizar a profissão, porquanto, na visão de alguns profissionais, a prática da profissão é bem ao contrário do que a glamourização do *Chef*.

Capítulo 2. Considerações sobre o conceito de Identidade Profissional

Na presente pesquisa, a realidade profissional dos chefs foi analisada tomando por fundamentação teórica o debate sobre a identidade profissional. Dubar (2005) entende que os indivíduos assumem várias identidades num processo de tensão permanente entre o que pode ser entendido como a identidade representada para o outro e aquela que diz respeito à identidade para si próprio. No dizer do autor (2005, p. 52) “a identidade nunca é dada, é sempre construída e a (re)construir numa incerteza maior ou menor e mais ou menos durável”.

Na perspectiva deste trabalho, a compreensão acerca da construção das identidades é fundamental, pois permite uma análise acurada das influências que acabam por interferir na própria constituição dos atores analisados.

Com efeito, parece aceitável que a identidade profissional, a qual é um dos fatores do processo de formação do profissional, pode ser confirmada ou mesmo modificada ao longo do seu exercício, quando confrontada com os fatores resultantes das circunstâncias do trabalho. Circunstâncias internas e externas contribuem para *talhar* a identidade de cada profissional, e isso não acontece de uma maneira lógica e calculada, mas, ao contrário, de forma tortuosa.

A construção identitária é um processo de socialização, que envolve trajetória de vida, relações interpessoais e imersão na realidade social. Portanto, a operacionalização do tema identidade profissional compreende dimensões objetivas e subjetivas, que se inter-relacionam na formação da identidade do profissional. De acordo com Dubar (2005, p. 63):

De fato, a transação subjetiva depende, com efeito, de relações com o outro que são constitutivas da transação objetiva. A relação entre as identidades herdadas, aceites ou recusadas pelos indivíduos, e as identidades visadas, em continuidade ou ruptura com as identidades precedentes, depende dos modos de reconhecimento pelas instituições legítimas em relação com os sujeitos em causa.

Nesse sentido, a ideia de identidade para Dubar é o resultado de processos de socialização, em que o individual está em constante relação com o coletivo, sendo que, no campo profissional, podem ser identificados diferentes processos de socialização, daí a complexidade da construção da identidade no campo do trabalho.

Além disso, é preciso ter em conta que o processo em que ocorre a construção da identidade está associado aos vínculos que ocorrem entre as pessoas, ou melhor falando, entre os profissionais que desempenham suas atividades, considerando-se, também, o próprio local de trabalho. Sobre o assunto, Faria e Souza (2011, p. 37) diz que “*o habitat da identidade é o campo de batalha: ela só se apresenta no tumulto*”.

Assim, este referencial teórico permite compreender que o entendimento da construção da identidade profissional deve se dar na apropriação desse relacionamento entre os atores e, além disso, na percepção que os atores têm sobre sua própria condição. O certo é que tal processo ocorre numa relação de confronto, de disputas e tensões, assim como com o próprio imaginário do profissional sobre a profissão e o que realmente ela representa ou como se concretiza para ele.

Veja-se que a inserção no mercado de trabalho constitui uma importante etapa da construção da identidade profissional. É na experiência do trabalho que se desenvolve a identidade profissional, espaço em que há a busca do profissional pelo reconhecimento de sua imagem perante si e perante os demais (DUBAR, 2005), no sentido de legitimação de suas expectativas.

Portanto, tem-se que a identidade profissional é construída na confrontação com os demais atores participantes, num processo relacional, e com a percepção e perspectivas do profissional iniciante acerca do seu lugar no ambiente de trabalho.

Nosso interesse nesta pesquisa é identificar elementos que constituam a construção da identidade profissional de *Chefs*, ou mesmo fatores que enfraqueçam essa identidade. Também seria possível pensar em existência ou inexistência de alguma identidade no que diz respeito a esta categoria de profissional. Por isso é importante atentar para esse processo dialético que move a engrenagem das identidades, buscando-se elementos que façam os *Chefs* identificar-se com a carreira e ao mesmo tempo distanciar-se dela.

Nesse sentido, é interessante trazer para o debate duas dimensões desenvolvidas por Dubar, que dizem respeito ao processo biográfico e ao processo relacional, os quais, articulados, permitem uma visão melhor do processo identitário.

Tem-se como biográfico o processo que se pode observar no tempo histórico do indivíduo, levando-se em consideração influências familiares, a escola, e, o que é bastante apropriado para a teoria, as influências da ordem do mercado de trabalho. Já o processo relacional está mais ligado à questão da legitimação de competências numa ordem mais objetiva. O interessante aqui é que esses dois processos constituem campos de socialização em que os indivíduos podem desempenhar seus papéis sociais e efetivar seu processo de crescimento dentro da noção de identidade. Assim, a ideia de interação é fundamental para entendermos melhor essas construções de identidade numa perspectiva social.

Ao trabalharmos com esse referencial teórico, é importante considerar as experiências que os atores estão passando no momento, mais propriamente as suas experiências no trabalho, mas também olhar para o passado desses atores, suas histórias de vida, como relações familiares e profissionais anteriores, assim como também é relevante entender suas expectativas a partir do momento atual, perscrutando acerca de suas visões de futuro. Esse entendimento será considerado quando das entrevistas a ser realizadas.

Para consolidar o que já dissemos, há que ser considerado, sob a perspectiva que adotamos, que as impressões identitárias são o produto da simbiose entre a dimensão relacional de análise (aqui interessa principalmente a relação indivíduo e instituições (no caso a empresa em que o trabalho é realizado)), e aquelas categorias ligadas com questões mais afetas ao indivíduo, numa perspectiva biográfica (DUBAR, 2005). Em outras palavras, podemos dizer que a identidade, ao fim e ao cabo, é o resultado da socialização experimentada pelo indivíduo nas suas diversas esferas de convívio.

Embora a proposta do presente estudo seja trabalhar com as dimensões da identidade ofertadas por Dubar, não há como fugir de outro autor que contribui com uma visão do papel social do indivíduo e que deve ser levada em conta quando da análise das experiências dos sujeitos os quais pretendemos entender as identidades. Nesse sentido, Goffman (2013) contribui para uma melhor compreensão das

perspectivas da identidade com o conceito de papel social, que tem relação com as representações de personagens que criamos conforme o tipo de relações sociais que mantemos.

Conceito bastante conhecido na sociologia, o contributo de Goffman proporciona uma luz para melhor visualizarmos esses processos relacionais entre o indivíduo e o outro (podendo ser a sociedade em termos gerais, ou, no caso dessa pesquisa especificamente, a empresa e os colegas de trabalho). Essa representação dos atores tem pertinências nas relações interacionais. Bodart (2012), em trabalho que analisa a questão entre papéis sociais, harmonia e conflito no ambiente empresarial, com base na obra de Erving Goffman, faz uma citação do autor nesse sentido:

Os participantes, em conjunto, contribuem para uma única definição geral da situação, que implica não tanto num acordo real sobre o que existe mas, antes, num acordo real quanto às pretensões de qual pessoa, referentes a quais questões serão temporariamente acatadas. Haverá também um acordo real quanto à convivência de se evitar um conflito aberto de definições da situação. Refiro-me a este nível de acordo como um consenso operacional (Goffman, 2013).

Esses elementos teóricos, portanto, devem estar presentes quando da análise das categorias relacionais que pretendemos analisar, sobretudo como fonte de melhor entendimento para conclusões da identidade dos profissionais. Sob essa perspectiva ainda, relevante citar o trabalho de Cláudia Reinoso Araújo de Carvalho (2012), que realizou pesquisa referente à identidade profissional dos terapeutas ocupacionais a partir também da obra de Erving Goffman, porém nesse caso mais focada no conceito de *estigma*, não deixando de lado o fato que “Tais conceitos relacionados à informação social são aplicados a situações cotidianas da profissão, de modo que é possível constatar que as manipulação da identidade acontecem no âmbito profissional de forma muito similar ao descrito por Goffman em seu livro”.

Como já referimos, pretendemos utilizar as categorias teóricas de Dubar para a análise das identidades profissionais. Contudo, o conhecimento sobre esse entendimento de Goffman sobre a interação social ajuda a melhor compreender o fenômeno estudado.

Isso porque não é só em Goffman que encontramos essa ideia de representação ou de estratégia dos atores. As dimensões propostas por Dubar também se prestam a um nível de representação dos atores, no sentido de adaptação ao mundo social, em que há trocas de posições e incorporação de atitudes do outro. Ghisleni (2010, p. 47) bem relata esse processo na teoria de Dubar:

A identidade social é marcada pela dualidade dos processos relacional e biográfico, sendo não necessariamente estes processos coincidentes. Quando seus resultados não estão em harmonia entre si, estratégias identitárias são acionadas com vistas a reduzir a distância entre a identidade biográfica e a relacional. Destas estratégias, podem assumir duas opções: ou o indivíduo procura adaptar a identidade para si à identidade para o outro (transação denominada “externa” ou “objetiva”), ou o indivíduo com vistas a construir novas identidades para si e manter uma parte de suas identidades anteriores, procura assimilar a identidade para o outro à identidade para si (transações denominadas “internas”). Esta é a chave do processo de construção da identidade na abordagem sociológica. Dubar aponta que a relação entre as identidades herdadas, aceitas ou recusadas pelos indivíduos e as identidades visadas, depende do reconhecimento das instituições e dos agentes que estão em relação direta com os sujeitos envolvidos”

Esse constante atuar leva em consideração o que o indivíduo tem de identidade para si, assim como aquela identidade construída em razão do outro. Com efeito, sobre a identidade para si, Dubar (2005, p. 311) afirma que esta “sempre permanece parcialmente virtual: nunca somos nem o que fazemos nem o que somos no presente. Sempre simulamos”. Por outro lado, no que diz respeito à pesquisa propriamente dita, poderemos avaliar como a identidade construída em razão do outro tem influência no processo. Nesse sentido, chamamos a atenção para o fato que os denominados *Chefs*, numa perspectiva relacional, tenderiam, em tese, a se distanciar da profissão de cozinheiro, buscando na qualificação esse distanciamento, e tendo como referencial oposto ao que não querem ser (o cozinheiro) a imagem do *chef*, figura bem-sucedida e autônoma, podendo até mesmo se assemelhar ao artista ou, pelo menos, ter notoriedade de celebridade (sobre este último aspecto dedicaremos um capítulo à parte para falar do processo de glamourização da profissão).

Portanto, sendo o trabalho um fenômeno muito relevante para a sociedade, tem-se que, via de consequência, a identidade profissional acaba sendo um

fenômeno importante para a própria identidade social que o indivíduo (Dubar, 2005) construirá ao longo de sua vida. Daí a relevância do estudo da identidade profissional, visto que tem este efeito de estender a sua dimensão também para o social.

O certo é que algumas atividades que proporcionam renda não são associadas apenas a uma definição “negativa”, penosa ou obrigatória, nem por aqueles que as exercem, nem por outros. Ao contrário disso, existem atividades que possibilitam uma identificação positiva, dando um sentido à existência do indivíduo, não se reduzindo a uma mera troca econômica de um gasto de energia por um salário, mas possuem uma dimensão simbólica em termos de realização de si e de reconhecimento social (Dubar, 2012). Portanto, o trabalho tem um efeito que vai além do fomento da coesão social, tendo consequências na realização do próprio indivíduo, não apenas economicamente, mas no sentido de construção de sua identidade. O trabalho, nesses termos, representa um caminho pelo qual o indivíduo busca conseguir reconhecimento no mundo social.

De fato, a socialização profissional acaba ligando permanentemente situações e percursos, relações com outros e consigo, concebido como um processo em construção permanente. Como já ressaltado anteriormente, esse processo ocorre dentre de uma ideia relacional. Nesse sentido, é por esse e nesse “drama social do trabalho” que se estruturam mundos do trabalho e que se definem os indivíduos por seu trabalho (Dubar, 2012).

Capítulo 3: Para além da glamourização da profissão de *Chef*: a realidade do trabalho do *Chef*

Neste capítulo apresentam-se os resultados do estudo de campo, apontando-se para algumas relações entre a elaboração teórica e os principais achados da pesquisa. Serão apresentados um conjunto de dados sobre os *Chefs* entrevistados, considerando-se além de um perfil geral dos entrevistados, dimensões sobre a construção de sua identidade profissional, a saber: trajetória como *chef*, envolvimento com a profissão de *chef*, dedicação e participação em redes profissionais; condições de trabalho e emprego; satisfação profissional e perspectivas profissionais futuras.

Em pesquisa exploratória para este trabalho já havia sido identificado que, apesar de existir atualmente uma gama de cursos superiores para a formação de *Chefs*, o mercado ainda não está constituído apenas por profissionais com esse nível de formação. A propósito, na análise das entrevistas realizadas mostraremos que o diploma, ao menos nos casos que entrevistamos, ainda não se constitui num requisito primordial para a colocação e permanência do profissional no mercado. A questão “experiência” conta muito nesse ramo, portanto é possível observar um processo em que a profissionalização em sentido de diploma superior ainda não é preponderante, coexistindo a formação prática (o indivíduo que aprendeu na cozinha, na experiência), a formação técnica (curso técnico) e, mais recentemente, os casos de ensino superior.

Essa informação vai ao encontro da conclusão de Ghislene (2010, p. 50), quando diz que:

Para Dubar, a identidade profissional constitui uma projeção de si no futuro, a antecipação de uma trajetória de trabalho e a criação de estratégias pessoais e de apresentações de si que podem desenvolver o futuro da vida profissional (planejamento da carreira). Esta identidade não se resume a realizar a escolha de uma profissão, adquirir um diploma, mas envolve, sobretudo, a mobilização da imagem de si (“aprender a se vender”), a avaliação de suas capacidades e a realização de seus desejos (DUBAR, 2005). **Este autor não identifica em suas referências que a formação necessária para se constituir um profissional tenha que ser com a titulação de nível universitário (nível superior). Desta forma, é aberto precedente para pensar que esta formação possa ser também de nível técnico ou tecnológico,**

conforme opções de ensino no Brasil dito “profissionalizante”.
(Grifamos).

Nesse entendimento, no processo relacional em que ocorrem as trocas de experiências, no campo do trabalho com gastronomia, coexistem diferentes tipos de profissionais, com formações diferentes, situação essa que torna mais rico o fenômeno. Essas experiências diferentes são traduzidas também por visões de mundo distintas e processos biográficos que destoam um dos outros. Mas é nesse caldeirão que as identidades são constituídas. E, nessa tensão permanente, deve ser inserido um fenômeno relevante para o entendimento da construção das identidades profissionais, que diz respeito à glamourização da profissão, o qual será desenvolvido a seguir.

No quadro 1 apresenta-se algumas características mais gerais do perfil dos sete *Chefs* entrevistados na pesquisa, sendo seis homens e uma mulher. No que tange à idade, com a exceção de um caso, os entrevistados têm em torno de 30 anos, evidenciando-se, em regra, carreiras anteriores muito diferentes da profissão de *Chef*, assim como a ausência de familiares com ligação no ramo da gastronomia.

Quadro 1 - Perfil dos Chefs entrevistados

| | Chef 1 | Chef 2 | Chef 3 | Chef 4 | Chef 5 | Chef 6 | Chef 7 |
|-------------------------------------|-----------------------|-------------------|---|-----------------------|-------------------------|---|--|
| Sexo/Idade | M/32 | M/52 | F/34 | M/27 | M/30 | M/31 | M/28 |
| Profissão dos pais | Do lar Autônomo | Do lar Fazendeiro | Do lar Economista | Pedagoga Farmacêutico | Enfermeira Autônomo | Médica Dentista | Do lar Construção Civil |
| Outras formações | Técnico informática | Não | Propaganda e publicidade | Não | Não | Estudou um ano Engenharia Mecatrônica | Estudou um ano e meio biologia |
| Atividades profissionais anteriores | Tecnologia Informação | Não teve | Empresa propaganda e publicidade, durante 10 anos | Não teve | Área frigorífica | Não teve (mas estudava para ser engenheiro mecatrônico) | Não teve (mas estudava para ser biólogo) |
| Profissão paralela | Não | Não | Não | Não | Professor (gastronomia) | Não | Não |
| Tempo de trabalho como Chef | 07 anos | 27 anos | 4 anos | 8 anos | 9 anos | 12 anos | 07 anos |

Percebemos, primeiramente, que entre a amostra não existe uma relação da profissão com influência em razão da profissão dos pais ou de algum outro ente familiar (exceção do *Chef 1*, que tem irmão que trabalha na área). Aliás, verificou-se que as profissões dos pais são as mais distintas não tendo relação com o caminho seguido pelo filho. É interessante ressaltar este aspecto porque percebemos que os entrevistados, não tendo esse referencial nos pais, buscaram alguma referência na família, como antepassados que nem conheceram (“*dizem que meu tataravô foi boulangeur na França*”), por exemplo. Tendo em vista que a profissão está bastante ligada a um fenômeno familiar, parece natural que os profissionais busquem identificar pelo menos alguma história que os liguem a algum antepassado, no sentido de construir uma ponte para uma referência familiar. Nesse sentido, podemos pensar aqui em um certo esforço dos atores em buscar esse elemento para alicerçar suas novas funções em algum “dom” presente no DNA familiar, mesmo que seja uma simples construção. Aqui lembramos da importância do processo biográfico lembrado por Dubar, sendo que, nesse caso, há uma reconstrução por parte do próprio ator, buscando dar sentido à sua profissão e, via de consequência, na própria construção da sua identidade profissional.

Isso parece natural, ademais, quando verificamos as formações anteriores destes profissionais, que são muito distantes do ramo da gastronomia, ou pelo fato de que não tinham nenhuma ideia de que iriam trabalhar nesse ramo (o único caso que apresentou um direcionamento desde o início para a profissão é o *Chef 4*, o profissional mais novo entre os entrevistados, que iniciou a faculdade com 17 anos, nunca desempenhou outro tipo de ofício e não tem profissão paralela a de *Chef*). O caso do *Chef 4* parece ser o único “caso puro” se pensarmos em termos de perfil para o desempenho da profissão. Os demais casos acabaram chegando à profissão por outras circunstâncias, muito diversas umas das outras, e deixaram para trás ofícios muito diferentes da atual profissão. Assim, mesmo que tenham chegado à profissão acidentalmente, verificamos que todos eles buscam algum elemento de identificação (o *Chef 1*, como ressaltamos anteriormente, tem irmão trabalhando na área; os *Chef 2, 4, 5 e 6*, embora não tenham referência de alguém da família que tenha trabalhado no ramo, fazem referência à influência da mãe como cozinheira; O *Chef 3* relatou que, mesmo que inexistisse alguém da família no ramo, seu pai já participou de confraria de gastronomia e, por fim, o *Chef 7* faz alusão à sua ascendência italiana, que tem ligação direta com a gastronomia).

Com isso queremos dizer que as entrevistas demonstraram uma forma de resgate por parte dos profissionais, no sentido de darem um sentido às suas atuais funções, o que podemos entender como um fator importante na construção da identidade desses profissionais, naquele sentido de processo biográfico falado na parte teórica do trabalho.

Sobre a inexistência de profissões paralelas à de *Chef* (com exceção do *Chef 5*, o que, contudo, está ligada à sua profissão, porque a função de docência é na área da gastronomia e acaba por reforçar o seu vínculo na profissão), podemos pensar a partir de dois elementos: a dedicação exclusiva se deve à questão tempo (o trabalho consome grande parte do tempo desses profissionais), assim como é possível também atribuir esse fato à satisfação com a profissão. Estes dois aspectos podem ser encontrados nas seções seguintes.

Quadro 2 – Trajetória dos Chefs entrevistados

| | Chef 1 | Chef 2 | Chef 3 | Chef 4 | Chef 5 | Chef 6 | Chef 7 |
|---------------------------------|---|--------------------|---|--|--|--|-------------------------------------|
| Experiência internacional | Sim – Londres | Sim - Ásia | Apenas por meio de cursos e leituras | “ <i>acho super válido e necessário</i> ”. Pretende fazer curso fora. | Sim - Espanha | Sim – Nova York e França | Sim - Itália |
| Formação na área | Não | Cursos no exterior | Curso no EGAS (curso básico – 6 meses e curso avançado – 2 meses) | Curso superior em gastronomia | Curso de cozinheiro, padeiro, confeitoiro e curso superior em gastronomia | Curso superior em gastronomia | Curso superior em gastronomia |
| Experiências familiar | Irmão | Não | Não | Não | Não | Não | Não |
| Atividades anteriores como chef | Experiência em restaurantes em Londres, onde começou a trabalhar. | Nenhuma | Trabalhava como chef em eventos de lojas de vinhos e como chef contratada em alguns restaurantes de Porto Alegre: Le Bistrô, Diego Andino. Foi proprietária de restaurante por 2 anos | Somente como cozinheiro (estágio no Z café, dado bier, Carême (Rio de Janeiro), Beiju (atlântida), Maní. | Restaurante Martin Berasategui – Espanha; Consultorias na cidade de Caxias do Sul; Restaurante Mistura – Salvador/BA; Estágio com o Chef Claude Troisgros; Desenvolveu projeto de trabalho junto ao Governo do Estado na valorização da herança culinária do Rio Grande do Sul | Abriu um restaurante japonês (mas deixou a sociedade após 3 meses); Trabalhava com eventos; Estagiou com Alex Atala, em São Paulo, no Restaurante D.O.M e no restaurante Chez Philipe, em Porto Alegre. Estagiou em restaurantes em Nova York e França | Trabalhou em restaurantes na Itália |

Um mapa dos restaurantes existentes hoje no Brasil evidencia uma variedade de cozinhas, com forte influência internacional. Nesse repertório estão não só a forma de fazer os alimentos, mas também os próprios ingredientes, a decoração, a música, a maneira de servir, entre outros.

Chama a atenção também, nas entrevistas realizadas, como a experiência internacional influenciou na profissão dos *chefs* entrevistados. É interessante notar aqui que esta influência pode ser vista sobre duas perspectivas.

De um lado, notamos que os profissionais, não raro, valem-se das vivências internacionais, seja por meio de cursos, palestras, workshops, etc., seja em razão de experiências práticas em cozinhas de restaurantes, para a promoção de seus trabalhos, seus produtos, seus restaurantes ou na apresentação de seus currículos para a atividade docente ligada à gastronomia. Essa perspectiva tem direta pertinência com o que já faláramos anteriormente sobre uma faceta da identidade profissional, no sentido de que “*esta identidade não se resume a realizar a escolha de uma profissão, adquirir um diploma, mas envolve, sobretudo, a mobilização da imagem de si (“aprender a se vender”), a avaliação de suas capacidades e a realização de seus desejos (DUBAR, 2005)*”.

Contudo, tal fenômeno não chega a surpreender, tendo em vista que o hábito de consumo construído atualmente no Brasil tem como núcleo os processos de glamourização do profissional encarregado pelos pratos, assim como o fato de haver uma valorização da questão gourmet, como apresentado anteriormente. Portanto, a valorização da experiência internacional vai ao encontro dessa necessidade de sofisticar a alimentação, sendo a influência internacional um requisito relevante nesse sentido.

Essa ideia de valorização da experiência internacional expõe também uma ideia de permanente dinâmica na profissão, em que há a necessidade de busca por parte desses profissionais de qualificação e atualização sob uma perspectiva internacional, sendo por meio de viagens, cursos, livros, mas que tenham em sua essência a experiência de uma cozinha *extramuros*.

Essa prática apareceu com naturalidade entre nossos entrevistados. Muitas vezes apenas no nome do estabelecimento, no tipo de *menu*, na decoração do

ambiente ou mesmo nas descrições dos sites de restaurantes é possível identificar uma forte tendência em salientar a questão internacional. Um dos entrevistados (*Chef 2*), por exemplo, nunca tinha pensado em trabalhar com gastronomia. Mas, em uma viagem a um país asiático, há quase 30 anos, acabou se identificando demais com a culinária e a cultura local, acabando por voltar com a ideia fixa de abrir um restaurante dedicado a este tipo de cozinha, importando ingredientes, formando profissionais e fazendo dessa cozinha bastante específica o seu negócio no Brasil. Até hoje esse profissional viaja ao país asiático, faz cursos, compra livros especializados e busca sempre acompanhar as tendências daquela cozinha.

Nesse caso em particular, observou-se que a identidade profissional apareceu de forma bastante específica, porquanto ligada ao sucesso da ideia original do entrevistado, evidenciando predominantemente o aspecto subjetivo deste profissional. Nesse sentido, verificou-se que, neste caso particular, desde o início este ator não teve como paradigma uma relação com outros *chefs*, persistindo até hoje este sentimento, quando o entrevistado diz que não tem interesse sobre outros projetos, em outros tipos de cozinha. Seu interesse é focado para o seu estabelecimento e sua realização parece estar ligada ao sucesso de seu projeto. É interessante notar nesse caso que o entrevistado coloca o seu “negócio” frente à própria figura do *Chef*.

Em outra entrevista, o *chef 3*, que também valoriza este viés internacional como requisito de valorização da profissão, contou que existe um tipo de piada que circula entre os *chefs*, sobre profissionais que, sem recursos para investir em cursos no exterior, trabalhariam uma semana na cozinha de cruzeiros de turismo para colocar em seu curriculum a tão almejada experiência internacional.

Com efeito, essa perspectiva é tão forte que também gera um efeito ao contrário. Assim acontece quando certos *chefs* preferem utilizar apenas elementos brasileiros, ou uma forma tradicional ou regional de cozinhar, mas sempre num sentido de se contrapor ao que se quer vender como internacional. Seria uma forma de agregar identidade pela negação dessa influência internacional.

E, além disso, a questão internacional, ao que restou observável nas respostas dos entrevistados, é um elemento que dá dinamicidade à carreira, porque há sempre algo novo a aprender, a testar, e, portanto, os profissionais trabalham nessa

perspectiva de sempre apresentarem novidades ao público, com ingredientes e o *savoir-faire* importados.

Um *chef* (*Chef 3*) que trabalha com realização de eventos particulares, a propósito, disse que sua proposta é a de sempre apresentar uma novidade ligada a cozinhas internacionais: “(...) *eu gosto muito de fazer cardápios temáticos (...) lá na (nome de estabelecimento) a gente já fez africano, indiano, mexicano, a gente tenta buscar cardápios completamente diferentes*”.

Ainda sob a experiência internacional e sobre a força que ela exerce no desenvolvimento da profissão, chamou a atenção a história de um *chef* entrevistado em pesquisa exploratória a este trabalho, cujos pais eram proprietários de restaurante em Porto Alegre. Ainda estudante, quando em tempo livre, os pais atribuíam-lhe funções no restaurante não obstante suas permanentes objeções. O entrevistado disse que tinha vergonha que alguém da faculdade ou algum amigo encontrasse ele trabalhando no restaurante. Todavia, em uma viagem à Europa, ele acabou trabalhando em restaurante e percebeu que seu trabalho era valorizado. Assim, realizou cursos e adquiriu mais experiência, voltando ao Brasil com a ideia fixa de assumir o restaurante dos pais, o que acabou se tornando realidade, graças à experiência internacional. Portanto, nesse caso, o profissional teve de sair do Brasil para poder perceber que o trabalho de seus pais era valorizado.

Veja-se, portanto, que esse viés da experiência internacional também se mostra como um elemento estruturante das identidades desses *Chefs*, pois ele se encontra presente na formação e no dia-a-dia dos profissionais, que buscam sua própria distinção na profissão por meio dessa valência.

Quadro 3 – Envolvimento com a profissão dos Chefs entrevistados

| | Chef 1 | Chef 2 | Chef 3 | Chef 4 | Chef 5 | Chef 6 | Chef 7 |
|---|----------------|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Frequência de atualizações sobre os temas da profissão | Baixa | Sempre | Sempre | Sempre | Sempre | Sempre | Sempre |
| Gosta de cozinhar nas horas de lazer? | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Acompanha programas de televisão sobre o tema? | Não | Não | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Compra livros, revistas, acompanha blogs sobre o tema? | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Tem amigos que trabalha na área? Participa de confrarias? | Sim/Não | Sim/Não | Sim/Não | Sim/Não | Sim/Sim | Sim/Não | Sim/Não |
| Você entende a profissão de chef como uma arte, como uma profissão técnica ou apenas como um emprego? | Arte e técnica | Arte e técnica | Arte | Arte | Arte | Arte | Arte |

Quadro 4 - Condições de trabalho dos Chefs entrevistados

| | Chef 1 | Chef 2 | Chef 3 | Chef 4 | Chef 5 | Chef 6 | Chef 7 |
|--|---------------------|-----------------------|----------------------------|---------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------|
| Considerações sobre o ambiente de trabalho | Ótimo | Ótimo | Ótimo | Ótimo | Ótimo | Ótimo | Ótimo |
| Quantas horas você trabalha por dia? | 15 horas, em média. | <i>“Todo o tempo”</i> | <i>Depende⁴</i> | 10 a 12 horas | 15 horas, em média | <i>“25 horas”</i> | 11 horas, em média |
| Qual sua autonomia frente à cozinha? | Total | Total | Total | Total | Total | Total | Total |
| Está satisfeito com sua remuneração? | | Sim | Não | Sim | <i>“Um artista nunca é pobre”</i> | Sim | Não |

⁴ Neste caso, o profissional trabalha com eventos, havendo dias sem trabalho. Mas quando tem evento, disse que o trabalho é intenso.

Quadro 5 – Satisfação profissional dos Chefs entrevistados

| | Chef 1 | Chef 2 | Chef 3 | Chef 4 | Chef 5 | Chef 6 | Chef 7 |
|---|------------------------|--|---|------------------------|---|---------------------------------------|---|
| Você se sente valorizado/reconhecido na sua profissão? | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Já ganhou algum prêmio como chef? | Não | Não | Foi indicado uma vez. | Sim | 3 anos consecutivos no Guia Divina Cozinha TOP; Vencedor do Super Chef 2011 do Programa Mais Você. | Não | Não |
| Está satisfeito com a profissão de chef? | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim |
| Quais são os planos para o futuro na profissão de Chef? | Abrir novo restaurante | Abrir restaurantes em São Paulo e Rio de Janeiro | Continuar como está, atualizando-se cada vez mais | Abrir novo restaurante | Continuar na docência e no restaurante. Pretende construir uma padaria. | Abrir outros restaurantes e Padarias. | Quer fazer mais estágios, aprender mais |

Sob a perspectiva encontrada nos quatro quadros acima, pudemos identificar um envolvimento muito grande com a profissão, assim como uma forte satisfação dos *Chefs* entrevistados com sua profissão.

Não obstante, o que realmente chamou a atenção nessas entrevistas diz respeito ao fato de tal satisfação não estar ligada ao glamour tão propalado sobre a profissão de *Chef*, mas, ao contrário, no fato de tais profissionais conseguirem assimilar que “o glamour não existe” e, mesmo assim e em razão disso, conseguirem se manter na profissão, admitindo que a prática do ofício é muito árdua e bem diferente do glamour. Explicamos abaixo, com mais vagar, essa perspectiva.

É preciso destacar que há um elemento que apareceu como uma constante nas respostas aos questionamentos, que diz respeito ao sucesso do negócio e a persistência na profissão, tendo em vista que a desistência é um processo comum, conforme nossos entrevistados.

Um dos entrevistados (*Chef 1*), sobre essa perspectiva, repetiu muitas vezes que cansou de demitir ou não aceitar para funções o que ele chamava de “*chef classe média*”, que seria aquele profissional apenas com formação, o qual crê que terá a tarefa de criação de pratos e supervisão da cozinha tão somente:

A maioria desisti. Tem um monte de gente que vem aí trabalhar e não dura. Já recebi muita gente, da Unisinos, tudo que é lugar. Só que é *Chef* classe média, né? Esse é o problema. Nunca pegaram numa vassoura na vida, nunca ninguém gritou com ele (...) Esse é o grande problema, entendeu? (...) Isso é difícil, eles já querem sair celebridade, entendeu? (**Chef 1**)

Esse parece ser um pensamento comum entre os entrevistados, que entendem que o *Chef* deve ter uma visão completa do negócio e atuar efetivamente na cozinha. Assim, muitos dos recém-formados em cursos técnicos ou em nível superior que trazem essa mentalidade acabam por se deparar com essa realidade, tendo, muitas vezes, de trabalhar como cozinheiro, e não desempenhar um papel típico de *Chef*.

Portanto, como já dito, no relato dos entrevistados é possível perceber um número considerável de desistências entre os iniciados: “Na minha turma entraram 32, sendo que só 15 se formaram e apenas 3 trabalham hoje com cozinha” (*Chef 7*). Por outro lado, pudemos perceber que entre os proprietários de restaurantes entrevistados,

que também são os *Chefs* do estabelecimento, a realização da profissão está ancorada no sucesso do seu negócio, em que o *Chef* assume todos os níveis de trabalho. Como disse um dos entrevistados, *não é possível deixar o “negócio” depender do nome do chef*. Em que pese existir atualmente uma valorização da profissão por parte da mídia, o que seria, em tese, um fator fundamental na construção da identidade desses profissionais, o que percebemos foi uma forte negação por parte desses profissionais sobre a glamourização da profissão. Se é certo que estão satisfeitos com seu trabalho, a razão não se deve ao fator glamour. De fato, como já falamos acima, a identidade profissional, a qual é um dos fatores do processo de formação do profissional, pode ser confirmada ou mesmo modificada ao longo do seu exercício, quando confrontada com os fatores resultantes das circunstâncias do trabalho (circunstâncias internas e externas) que contribuem para a construção da identidade de cada profissional, sendo que tal processo não acontece de uma maneira lógica e calculada.

Quadro 6 - Perspectivas futuras, aspirações dos Chefs entrevistados

| | Chef 1 | Chef 2 | Chef 3 | Chef 4 | Chef 5 | Chef 6 | Chef 7 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Essa é a profissão que você escolheu para a vida toda? | Sim |
| Já pensou em mudar de profissão em alguma ocasião? | Não |

Alguns entrevistados, sob esse ponto de vista, disseram que não estão preocupados propriamente na formação de *chef*, sendo importante que esse profissional seja alguém eficiente na cozinha, consiga liderar os empregados e pensar no restaurante como um todo, buscando o melhor custo benefício na compra dos produtos. Observamos, portanto, que o próprio conceito do que é ser um *Chef* ainda é algo em aberto e, de certa forma, incerto. O que é certo, segundo as entrevistas mostraram, é que o *Chef* tem de ser aquele profissional que traz a solução para o restaurante, independentemente da sua formação. E aqui parece ser possível identificar algum tipo de influência na construção das identidades. Enquanto que o olhar externo sobre a profissão leva em consideração o viés do glamour em relação à profissão, as identidades, entre os profissionais, são construídas de acordo com outros parâmetros,

como o sucesso em conseguir gerir todas as tarefas da cozinha e do restaurante como um todo, diante de adversidades. Além disso, conseguir “liderar”, tema bastante comum entre os entrevistados, também se mostrou um fator importante na construção da identidade dos profissionais, sendo que esse liderar quer significar conseguir extrair o melhor trabalho dos empregados, mas, ao mesmo tempo, conseguir sua confiança e impor um clima de coleguismo entre aqueles que trabalham na cozinha.

Cabe sublinhar que o fato de os entrevistados não reverenciarem a figura do *Chef* e se importarem mais com o “negócio” em si não significa que inexista satisfação no exercício da profissão. Aliás, verificamos entre os entrevistados que a satisfação com a profissão ocorre apesar das dificuldades, sendo que vencer os obstáculos e permanecer no ramo é, por si só, uma satisfação na profissão. Como já dissemos anteriormente, o certo é que algumas atividades que proporcionam renda não são associadas apenas a uma definição “negativa”, penosa ou obrigatória, nem por aqueles que as exercem, nem por outros. Ao contrário disso, existem atividades que possibilitam uma identificação positiva, dando um sentido à existência do indivíduo, não se reduzindo a uma mera troca econômica de um gasto de energia por um salário, mas possuem uma dimensão simbólica em termos de realização de si e de reconhecimento social (Dubar, 2012). Portanto, o trabalho tem um efeito que vai além do fomento da coesão social, tendo consequências na realização do próprio indivíduo, não apenas economicamente, mas no sentido de construção de sua identidade.

Nesse aspecto, pudemos perceber que uma característica que está associada à satisfação dos profissionais diz respeito à imaginação desses atores quanto ao seu ofício ser uma arte. Embora sabedores que na prática da profissão não há lugar para o glamour, esses profissionais possuem um elemento em que buscam uma distinção na sua profissão, ligando-os a uma perspectiva artística.

Outro aspecto importante a sublinhar nessa linha diz respeito à baixa participação dos entrevistados em associações ou grupos de *Chef* para a discussão do tema gastronomia e das questões ligadas à própria profissão. Com exceção de um caso, o que percebemos foi um certo isolamento dos profissionais, parecendo, sempre, estar em primeiro plano não a importância da profissão, mas o foco no negócio, em poder sobreviver no mercado. Nesse sentido, parece estar a identidade profissional ligada não à figura do *Chef*, mas sim ao empresário, ao empreendedorismo. Mesmo não participando de nenhum grupo de *Chefs*, um dos entrevistados relatou que mesmo a

existência de grupos é realizada de forma segmentada e bastante isolada, não havendo associações que consigam abarcar a categoria de uma forma geral. Isso parece demonstrar um desinteresse, dentre os profissionais entrevistados, no fortalecimento da figura do *Chef*, e sim uma preocupação com seus projetos particulares. Tendo em vista que a carreira de *chef* é incipiente no Brasil, em processo de consolidação, seria plausível acreditar na existência de movimentos para o seu fortalecimento entre os profissionais atuantes. Todavia, pelo menos no recorte dessa pesquisa, o que ocorre é o oposto. Nesse sentido, seria interessante um estudo mais focado na área da educação relativa à formação de *Chefs*, em que tal ideia possa estar mais presente.

Na verdade, foi consenso entre os *Chefs* entrevistados que a profissão no Brasil, na prática, não tem correspondência com o que é retratado pela mídia. O *Chef* enquanto profissão – o *chef empregado* (alguns dos entrevistados trabalharam no início como chefs empregados) em geral tem uma remuneração muito baixa, trabalha demais e não tem autonomia em relação ao proprietário do estabelecimento. Conforme um dos entrevistados, trabalhar como empregado *não dá retorno nem para o ego, nem para o bolso*. “(...)dependendo, claro, eu ganho em um evento o mesmo valor de que seria de um salário de um mês como empregado”.

Então, embora pudéssemos supor a ideia de glamour como algo fortemente ligado ao desenvolvimento da identidade profissional, após as entrevistas podemos identificar um deslocamento dessa perspectiva para os resultados do próprio projeto (negócio) e da permanência na profissão como elementos mais vinculados à realização dos profissionais e, via de consequência, da construção das respectivas identidades profissionais.

Com efeito, a ideia de glamourização evidenciou-se como uma ilusão. Na perspectiva de nossos entrevistados, a profissão de *Chef* é diferente – muito mais trabalhosa, do que prega a glamourização da profissão pela mídia. Sendo isso, inclusive, um dos motivos pelos quais há muita desistência da profissão, quando há o conflito do imaginário referente ao glamour e a realidade do trabalho.

Conclusão

Verificou-se que, dentre os entrevistados, a questão do glamour foi assimilada com base na realidade, razão pela qual, conjugado com outros fatores desenvolvidos na parte empírica do trabalho (o sucesso do empreendimento e a percepção da profissão com arte) acabaram por negar a hipótese suscitada.

Nesta pesquisa foi possível verificar uma polivalência dos profissionais pesquisados, que são cozinheiros, *chefs*, empreendedores, entre outras funções dentro do restaurante. Aliás, os próprios entrevistados não diferenciam bem essas funções, porquanto na prática acabam assumindo todas essas atividades. Isso, de certa forma, acaba resultando numa dificuldade em observar a identidade profissional desses atores, se quisermos levar em conta apenas a projeção de uma imagem construída do *Chef* como aquele profissional que apenas tem o papel de criador de pratos e supervisor da cozinha. Esta pesquisa mostrou que apenas numa perspectiva idealizada isso é possível. No dia a dia dos entrevistados selecionados, as funções referidas se sobrepõem.

O que pudemos identificar como características mais comuns entre os entrevistados foi a de uma jornada extenuante de trabalho – 12 horas ou mais de trabalho diário é a regra – e o fato de terem de ter um controle total sobre tudo o que acontece no restaurante, o que extrapola as funções que um *Chef* teria, numa perspectiva conceitual.

Embora hoje no Brasil os *Chefs* sejam uma peça fundamental na nova cultura ligada à gastronomia, e que por isso têm recebido um destaque de celebridade de apelo midiático, a realidade encontrada foi bastante diferente. Com efeito, evidenciou-se nas entrevistas realizadas que os profissionais têm consciência sobre a inexistência do glamour da profissão. O glamour até poderia ser uma forma de estímulo para a procura desse ofício, contudo, com base nas respostas conseguidas junto a esses profissionais, observou-se que a prática é muito distante do glamour. Portanto, o que percebemos é que o glamour não é um elemento chave na construção da identidade desses profissionais, tanto de maneira positiva como negativa.

Não obstante isso, verificamos como influência das identidades profissionais a consciência de que o glamour não existe e que a profissão é gratificante apesar disso. Nesse sentido, em termos de satisfação, a despeito de ser um trabalho

exaustivo, verificamos que os profissionais buscam seu reconhecimento e sua distinção no ofício numa perspectiva artística do trabalho, ao lado, também, do sucesso do seu empreendimento, o que tem ligação direta com sua sobrevivência na profissão.

A pesquisa demonstrou um alto nível de satisfação com a profissão, assim como o fato de que tais profissionais não pensam em trocar de ofício. São trabalhadores que vinculam seu trabalho ao campo artístico, mas que sabem também que é necessário trabalhar muito, com jornadas extenuantes e nem sempre com uma recompensa remuneratória satisfatória.

Além disso, com base nessa pequena amostra sobre a profissão, verificamos alguns questionamentos que não poderão ser respondidos nos limites deste trabalho, mas que podem ensejar novas investigações. Primeiramente, tendo em vista que nossa pesquisa se restringiu à cidade de Porto Alegre⁵, seria interessante abrir a análise para centros econômicos maiores – como São Paulo e Rio de Janeiro –, onde talvez poderá ser encontrado um outro nível da atividade profissional. Também seria interessante uma pesquisa sobre a existência de uma “elite” de *Chefs*, em que tais predicados vendidos pela mídia seriam encontrados, em contrapartida aos demais profissionais, que chegam à profissão pela influência desse glamour, mas que na prática não experimentam os mesmos resultados de alguns poucos profissionais. Poderíamos pensar aqui em alguma analogia com a carreira de jogadores de futebol, em que existe essas diferenças.

Seria interessante também, a título de futura pesquisa, uma abordagem com os profissionais que estão ligados com a educação em gastronomia (docência), onde talvez o conceito de glamourização esteja mais presente. Podemos ainda considerar um estudo comparativo, entre os *Chefs* que estão na condição de empreendedores donos de seu próprio negócio e de chefs que são profissionais contratados de restaurantes badalados, para analisar como a construção identitária varia entre esses tipos.

Essas são apenas algumas ideias possíveis de se trabalhar em próximas pesquisas com esses profissionais. Os nossos achados, ao contrário disso, foram no sentido que se trata de uma profissão que requer muito trabalho, em que inexistente o glamour (como disse um entrevistado sobre a profissão: “*glamour não existe*”, e que o

⁵ Com exceção de um caso de Caxias do Sul.

negócio (empreendedorismo) é colocado à frente da própria figura do *Chef*. Além disso, evidenciou-se que a satisfação em “Ser *Chef*” está ligada ao reconhecimento da profissão como uma espécie de arte.

Referências

BODART, Cristiano das N. *Papeis sociais, harmonia e conflito no ambiente empresarial: reflexões sociológicas a partir da obra de Erving Goffman*. In Revista Foco, 5.º edição. Abril de 2012. ISSN 1981-223X.

CARVALHO, Cláudia Fortes. *Chefe de Cozinha: representações de candidatos e alunos de cursos de formação em gastronomia*. Dissertação (mestrado em educação). Programa de Pós-graduação em Educação Universidade Estácio de Sá. Rio de Janeiro, 2009.

DEMOZZI, Sabrina Fernanda. *Cozinha do cotidiano e cozinha profissional: representações, significados e possibilidades de entrelaçamentos*. Curitiba, agosto de 2012. In: <http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br/artigos/artigos.html>. Acesso em: 08-06-2015.

DUBAR, Claude. *A construção de si pela atividade de trabalho: a socialização profissional*. In: Cadernos de pesquisa. São Paulo, SP. Vol. 42, n.146 (maio/ago. 2012), p. 351-367.

FARIA, Ederson de; SOUZA, Vera Lúcia Trevisan de. *Sobre o conceito de identidade: apropriações em estudos sobre formação de professores*. Psicol. Esc. Educ. (Impr.), Maringá, v. 15, n. 1, p. 35-42, June 2011. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85572011000100004&lng=en&nrm=iso>. access on 15 June 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-85572011000100004>.

GHISLENE, Angela Peña. *A contribuição da identidade no trabalho na construção da identidade profissional: uma análise de fisioterapeutas atuantes em Unidades de Terapia Intensiva*. Tese de Doutorado, UFRGS, 2010.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. 273 p.

LUDERER, Cynthia Arantes Ferreira. *Capital culinário: o círculo dos alimentos nos meios de comunicação. Galáxia (São Paulo)* [online]. 2013, vol.13, n. 26 [pp. 260-262]. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532013000300021&lng=en&nrm=iso>. ISSN 1982-2553.

ROSA, Juliano da. *Comida e arte: A formação do Chef de cozinha em Curitiba (1960-2007)*. Monografia (Licenciatura em História). Ciências Humanas e Letras e Artes, da Universidade do Paraná. Curitiba, 2008.

WERDINI, Marcelo Malta. *Formação superior em gastronomia na cidade de São Paulo: expectativa e satisfação de alunos de uma instituição privada*. Dissertação (mestrado em hospitalidade) área de concentração em Planejamento e Gestão Estratégica em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2013.

APÊNDICE

Roteiro de entrevista.

Roteiro de pesquisa – questionamentos que serviram de base para a entrevista a ser realizada com *chefs* de cozinha

1. Perfil geral

Nome?

Sexo?

Idade?

Qual a profissão de seus pais?

Tem alguma formação paralela a de chef? Técnico ou superior, em área não vinculada a profissão de *Chef*? Tempo de formação? Em que instituição se formou?

Antes de ser cheff, quais atividades profissionais você já teve?

Tem atualmente emprego paralelo a profissão de *chef*?

Há quanto tempo?

2. Trajetória como *chef*

Fale sobre sua trajetória profissional até aqui? Quando e como se interessou pela profissão? Teve alguma formação na área? Em qual instituição?

Você tem experiência internacional? Como você vê a experiência internacional?

Quais as atividades desenvolvidas como *chef* anteriormente?

Existe alguém na família que também é *chef* ou trabalhou no ramo?

3. Envolvimento com a profissão de chef, dedicação e participação em redes profissionais

Com qual frequência faz atualizações sobre os temas da profissão (cursos, eventos, palestras etc)?

Gosta de cozinhar nas horas de lazer? Cozinha em casa, para a família e círculos de amizade?

Acompanha programas de televisão sobre cozinha/chefs?

Compra livros/revistas, acompanha jornais e revistas especializadas, blogs, sobre o tema?

Tem amigos/colegas que também trabalham na área? Se sim, há encontros com estes amigos/colegas? Participa de algum grupo profissional? É associado a alguma confraria de chefs?

Você entende a profissão de chef como uma arte, como uma profissão técnica ou apenas como um emprego? Comente.

4. Condições de trabalho e emprego

Como é o seu ambiente de trabalho? O que é positivo? Algo é negativo?

Quantas horas você trabalha por dia?

Em termos de decisão, qual sua autonomia frente à cozinha em que trabalha?

Está satisfeito com sua remuneração?

5. Satisfação profissional

Você se sente valorizado/reconhecido na sua profissão?

Já ganhou algum prêmio como chef?

A ideia que você tinha da profissão ao procurar a formação é a mesma que você tem atualmente?

Está satisfeito com a profissão de chef?

Quais são os planos para o futuro na profissão de Chef?

6. Perspectivas profissionais futuras

Qual o lugar que o trabalho tem na sua vida?

Tem medo do desemprego? Comente.

Você já pensou em ter seu próprio negócio (no caso de Chef empregado)?

Essa é a profissão que você escolheu para a vida toda? Já pensou em mudar de profissão em alguma ocasião?