

Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Administração
Curso de Mestrado Acadêmico em Administração

Lídia Cunha Soares

O PROCESSO DE APRENDIZAGEM DO COZINHAR EM JOÃO PESSOA/PB À LUZ
DAS PRÁTICAS SOCIAIS E DA ESTÉTICA ORGANIZACIONAL

João Pessoa/PB
2015



Lídia Cunha Soares

O PROCESSO DE APRENDIZAGEM DO COZINHAR EM JOÃO PESSOA/PB À LUZ
DAS PRÁTICAS SOCIAIS E DA ESTÉTICA ORGANIZACIONAL

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de mestre em Administração no
Programa de Pós-Graduação em Administração da
Universidade Federal da Paraíba.
Área de Concentração: Administração e Sociedade.

Orientador: Dr. Marcelo de Souza Bispo

João Pessoa/PB
2015

S676p Soares, Lídia Cunha.
O processo de aprendizagem do cozinhar em João
Pessoa-PB à luz das práticas sociais e da estética
organizacional / Lídia Cunha Soares.- João Pessoa, 2015.
164f. : il.
Orientador: Marcelo de Souza Bispo
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA
1. Administração - práticas. 2. Cozinhar como prática.
3. Estética organizacional. 4. Formação do gosto.

UFPB/BC

CDU: 658(043)

Lídia Cunha Soares

O PROCESSO DE APRENDIZAGEM DO COZINHAR EM JOÃO PESSOA/PB À LUZ
DAS PRÁTICAS SOCIAIS E DA ESTÉTICA ORGANIZACIONAL

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba.

Área de Concentração: Administração e Sociedade.

Dissertação aprovada em: ____/____/____

Banca examinadora:

Prof. Dr. Marcelo de Souza Bispo (orientador)
Universidade Federal da Paraíba

Prof. Dr. Anielson Barbosa da Silva (examinador interno)
Universidade Federal da Paraíba

Prof. Dr. Eduardo Paes Barreto Davel (examinador externo)
Universidade Federal da Bahia

*Dedico este trabalho
a Vanildo, Cristina, Jemima e Felipe
aqueles com quem com o passar do tempo
o conhecimento sensível se torna ainda mais saboroso.
Amo vocês!*

AGRADECIMENTOS

Agradecer marca a tônica do fim de um longo esforço, mais um degrau em uma longa jornada. De modo que, se eu fosse realmente agradecer a todos que me ajudaram de alguma forma a refletir para construir minha formação de mestrado eu começaria falando ainda da graduação no IFPB, e contaria detalhadamente como os quatro anos de graduação e os dois anos de mestrado me ajudaram a me tornar a profissional que sou. Assim, certamente as páginas de agradecimento seriam superiores as da pesquisa. Como isso não é possível, as próximas palavras representam a gratidão “expressa” àqueles que de maneira mais direta contribuíram para que esta pesquisa se tornasse uma realidade.

À Deus, por ser o criador das faculdades perceptivas, por criar as coisas mais belas que os meus olhos podem ver, por ter feito as frutas mais saborosas que o meu paladar consegue experimentar, por criar texturas tão diferentes e as vezes tão sutis e mesmo assim meu tato conseguir captar cada detalhe, por fazer os pássaros e as pessoas cantarem de maneira tão sublime, ou mesmo por poder ouvir o som das florestas e da cachoeira, ou ainda melhor, pôr em meio ao silêncio revelar a Sua voz. Obrigada Senhor, obrigada por ser além de meu Deus, meu amigo.

À minha família que sempre me apoiou em todos os momentos e nos mínimos detalhes. A Mainha por ser tão gentil e me consolar todas as vezes que eu chorei, por dizer que estava orando por mim. A painho por todo zelo e cuidado, sempre perguntando se eu havia dormido. A Jemima, por dormir tantas vezes com a luz acesa, e, mesmo assim, nunca reclamar. E a Felipe por pegar livros para mim, ler alguns dos meus textos e opinar.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Marcelo Bispo, que nunca desistiu de mim, mesmo nos momentos em que eu não queria estudar sua abordagem teórica, por respeitar minhas convicções, por ser tão paciente (quase me venceu no cansaço) e me deu o tempo necessário para eu encontrarmos um problema relevante. Por responder rápido todos os meus e-mails (qualidade raríssima) e por ser tão leve. Obrigadão!!! Também agradeço a sua esposa, Luana, que carinhosamente sempre foi muito disponível.

À todos os queridos coleguinhas da Turma 38, estudar com vocês foi vivenciar o conhecimento sensível. Em especial a Patrícia Lacerda por compartilhar comigo as alegrias e tristezas da vida pessoal e acadêmica. A Erica Cavalcante que dividiu comigo as teorias, os congressos, o orientador, as publicações e a amizade. A Gabi Pires e Gibson Meira pelo companheirismo em todos os momentos. A Leo (Leandro Xavier) por estudar métodos quantitativos comigo e por me fazer gargalhar tantas vezes e a Aline Guerra por me dá tantas caronas.

À todos os professores do PPGA/UFPB, em especial ao Prof. Dr. Franzé Costa por ser um grande professor, por ser empático e em atender as minhas solicitações.

À Janine e ao Prof. Dr. João Aguinaldo por transformarem a sua casa em uma sala de aula e proporcionarem momentos de muito aprendizado.

Ao Prof. Dr. Eduardo Davel e ao Prof. Dr. Anielson Silva, por lerem o meu trabalho e me proporcionarem reflexões ainda durante o projeto de qualificação cujas implicações estão registradas nestas páginas.

À todos os meus amigos por respeitarem minha ausência, por aguentarem todos os “nãos” que eu dei ao longo desses dois anos e por fazerem de cada presença momentos tão marcantes. Vocês são especiais, é um privilégio tê-los por perto. Em especial a Raíssa Diniz pela preciosa amizade e por ler e opinar sobre alguns textos durante o mestrado, inclusive sobre esta dissertação. A Daniela Espínola por ler meu texto e opinar. A Jammily Brandão e Joelma Abrantes com quem os imprevistos acadêmicos se tornam prêmios e as alegrias se tornam festas. Ao meu primo Tullio Henrique por me ajudar com os meus resumos.

À Elton Oliveira, que me apresentou um livro que me fez repensar o meu trabalho em um momento crucial.

Aos proprietários do Marítimos Restaurante e do Picuí Praia, aos cozinheiros e auxiliares de cozinha e aos demais funcionários. A permissão, a gentileza e a disponibilidade de vocês foi imprescindível para a realização desse trabalho. Como também, a dois chefs de cozinha que me ajudaram a refletir sobre o tema.

À CAPES por financiar minhas cópias, meus livros, minha pesquisa e minha dedicação exclusiva ao mestrado.

À todos os funcionários do PPGA/UFPB, em especial a Diego Souza que todas as vezes resolveu meus problemas.

À toda equipe da Copiadora do Fagner que sempre me atenderam com a maior rapidez.

Seja o seu alvo fazer o seu trabalho mais perfeito (...) que as mãos humanas possam conseguir.
Ellen White

A ferramenta de maior precisão que nós temos na cozinha é a boca.
Alex Atala

RESUMO

O objetivo deste estudo foi analisar o processo de aprendizagem do cozinhar na formação do gosto em dois restaurantes de comida regional em João Pessoa à luz das práticas sociais e da estética organizacional. A estética organizacional (STRATI, 1992, 2000, 2007a; 2007b; 2010; 2014) é a capacidade que temos de ativar o tato, olfato, o gustativo, a visão, a audição e o juízo estético enquanto vivenciamos uma experiência. Por meio da estética torna-se possível acessar o conhecimento sensível, que é tácito e prático. As práticas sociais correspondem aos modos de fazer e de reproduzir de uma sociedade e são formadas por um conjunto de atividades que se repete ao longo do tempo. Ao realizar uma prática imediatamente aprende-se, mas aprende-se de uma maneira social, contextual e processual ao envolver-se com a prática ocorre a legitimação social. A aprendizagem social na perspectiva situada, as práticas sócias, a estética organizacional e o conhecimento sensível possibilitaram o estudo da gastronomia, esta é formada por diversas práticas: a cultura alimentar, o comer e o cozinhar. Todos estes aspectos estão envoltos por serviço distinto. A dimensão da gastronomia que emergiu do campo como mais significativa na formação do gosto foi o cozinhar. Deste modo, foi realizado um estudo de inspiração etnográfica com estilo estético (STRATI, 2007a) em dois restaurantes especializados em cozinha regional na cidade de João Pessoa. A coleta do material empírico foi operacionalizada por com observações participante, conversas informais, entrevistas semiestruturada e as fotografias nas cozinhas dos restaurantes. Direcionada por meio da estratégia do *zooming in* e *zooming out* (NICOLINI, 2009), orientada por questões norteadoras. A imersão em campo ocorreu ao longo de sete meses, sendo, no RI do dia 09 de junho de 2014 e até 11 de janeiro de 2015, e no RII de 27 de junho de 2014 e até 14 de janeiro de 2015. Com um total de quarenta e seis visitas, sendo vinte no RI e dezesseis no RII, totalizando cento e sete horas em campo. A análise do material empírico foi realizada por meio de observação participante imaginária e análise interpretativa evocativa. Ao longo do processo o material empírico foi analisado separadamente, e a primeira redação do texto estético de inspiração etnográfica, ocorreu em setembro de 2014, o que possibilitou a identificação do cozinhar como prática. Os resultados indicam que os restaurantes estudados são predominantemente pitorescos em sua decoração evocando elementos relacionados a comida regional que foram simbolicamente planejados para provocar uma experiência estético-sensorial; a aprendizagem do cozinhar como prática ocorre por meio de um processo de legitimação periférica, onde os cozinheiros usam as suas faculdades perceptivas e os juízos estéticos coletivos para aprender a cozinhar. Identificou-se a importância da percepção estética das mãos, dos ouvidos, do sentido gustativo, do nariz, dos olhos e do juízo estético na reprodução do cozinhar como prática com o foco regional; O locus do conhecimento no cozinhar como prática é o corpo físico, e a aprendizagem, a geração e a transmissão de conhecimento do cozinhar na formação do gosto ocorre no corpo físico por onde é possível vivenciar a experiência estética chegando-se ao conhecimento sensível. Destaca-se, ainda, a faculdade gustativa e a construção social e histórica (regional) como fundamental para o desenvolvimento do gosto; A imersão da pesquisadora em campo possibilitou a percepção de uma série de categorias estéticas enquanto o cozinhar como prática era desenvolvido, o pitoresco, as categorias agógicas, o belo e o feio. Finalmente, concluiu-se que o cozinhar na formação do gosto é aprendido por meio do conhecimento sensível, do palpável, do visual, do auditivo do olfativo, do gustativo e do julgamento estético que é expresso pela construção social e coletiva regional.

Palavras-chave: Estética organizacional; Cozinhar como prática; formação do gosto.

ABSTRACT

The goal of this study was to analyze the learning process of cooking on the taste formation of two restaurants of regional food in Joao Pessoa in the light of the social practices and of the organizational aesthetics. The organizational aesthetics (STRATI, 1992, 2007a; 2007b; 2010; 2014) is the capability we have to activate the touch, the smell, the gustatory, the vision, the hearing and the aesthetics judgment while we live the experience. Through the aesthetics it is possible to access the sensitive knowledge, which is tacit and practical. The social practices correspond to the modes of doing and reproducing of a society and are formed by a set of activities the repeats over time. As a practice is done immediately it is learned, but it is learned in a social way, contextual and procedural as getting involved with the practice the social legitimation happens. The social learning through the situated perspective, the social practices, the organizational aesthetics and the sensitive knowledge made possible the study of the gastronomy, this one is formed by various practices: the food culture, the eating and the cooking. All of these aspects are surrounded by distinct service. The dimension of gastronomy that emerged in the market as most significant on the taste formation was the cooking. This way, it was conducted a study of ethnographic inspiration with aesthetic style (STRATI, 2007a) done in two restaurants specialized in regional cuisine in the city of Joao Pessoa. The empirical material collection was operationalized by participant observations, informal conversations, semi structured interviews and the pictures from the kitchens of the restaurants. Directed by the the zooming in and zooming out strategy (NICOLINI, 2009), done by guiding questions . The immersion on the field happened along seven months, being, on RI from the 9th of June of 2014 until the 11th of January of 2015, and on the RII from the 27th of June of 2014 until the 14th of January in 2015. With forty-six visits total, being twenty on the RI and sixteen on the RII, with a hundred seven field hours total. The empirical material analysis was done by the imaginary participative observation and interpretative evocative analysis. Throughout the process the empirical material was analyzed separately, and the first composition of aesthetic text of ethnographic inspiration, took place in September of 2014, what made possible the identification of cooking as a practice. The results indicate that the studied restaurants are predominantly picturesque on their decoration evocating elements related to the regional food that were symbolically planned to provoke a sensorial-aesthetic experience; the learning of cooking happens though a peripheral legitimation process, where the cooks use their perceptive faculties and the collective aesthetic judgment to learn to cook. It was identified the importance of the aesthetic perception of the hands, the ears, the gustatory sense, the nose, the eyes and the aesthetic judgment on the reproduction of cooking as a practice with a regional focus; The locus of knowledge on cooking as a practice is the physical body, and the learning, the generation and the transmission of knowledge of cooking on the formation of taste happens in the physical body where it is possible to live an aesthetic experience reaching the sensitive knowledge. Stands out, yet, the gustatory faculty and the social construction and historical (regional) as fundamental to the development of taste; The immersion of the researcher in the field made possible the perception of a series of aesthetic categories while the cooking as a practice was developed, the picturesque, the agogic categories, the beauty and the ugliness. Finally, it was concluded that the cooking on the taste formation is learned through the sensitive knowledge, the tangible, the visual, the hearing, the olfactory, the gustative and the aesthetic judgment that is expressed by the social construction and regional collectiveness.

Keywords: Organizational aesthetic, Cooking as a practice, taste formation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Gastronomia.....	28
Figura 2 - Objeto de Estudo.....	81
Figura 3 - Localização do Marítimos Restaurante.....	86
Figura 4 - Localização do Picuí Praia.....	95
Figura 5 - Prática emergida do campo	102
Figura 6 - Formação do conhecimento sensível no cozinhar como prática.....	132

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1- Caderno de campo	78
Fotografia 2 - Visão da pesquisadora sobre as questões norteadoras	80
Fotografia 3 - Vestimentas de campo	82
Fotografia 4 - Visão de frente do Marítimos Restaurante.....	87
Fotografia 5 - Cozinha RI.....	88
Fotografia 6 - Ambiente externo.....	89
Fotografia 7 - Ambiente interno do salão (piso e teto).....	90
Fotografia 8 - Paredes em pedras e cartas náuticas	90
Fotografia 9 - Cristaleira em móvel antigo.....	91
Fotografia 10 - Bússola, âncora e leme	92
Fotografia 11 - Capacete antigo de mergulho, esfera armilar, sino, barco a vela em miniatura e Globo antigo	92
Fotografia 12 - Barco em madeira "A barca"	93
Fotografia 13 - Segundo endereço Picuí Praia - Avenida João Maurício.....	94
Fotografia 14 - Visão de frente - Picuí Praia	96
Fotografia 15 - Cozinha RII.....	97
Fotografia 16 - Visão da cozinha para o salão	97
Fotografia 17 - Ambiente interno RII.....	98
Fotografia 18 - Luminária rustica.....	99
Fotografia 19 - Esculturas dos animais	100
Fotografia 20 - Xilogravuras	100
Fotografia 21- Modo de preparo - bolinho de bacalhau - RI.....	115
Fotografia 22 - Modo de preparo - bolinho de bacalhau - RII	116

LISTA DE QUADROS

Quadro 1-Tradições filosófica das práticas	31
Quadro 2 - Estudos baseados em prática	33
Quadro 3 - Quatro principais estilos de pesquisa organizacional.....	42
Quadro 4 - Recomendações para pesquisas em aprendizagem organizacional.....	48
Quadro 5 - Termos do conceito de participação periférica legitimada.....	50
Quadro 6 - Aumentando o <i>zooming in</i>	61
Quadro 7 - Aumentando o <i>zooming out</i>	62
Quadro 8 - Restaurantes visitados	69
Quadro 9 - Atores humanos participantes da pesquisa.....	77
Quadro 10 - Proprietários dos restaurantes entrevistados	83
Quadro 11 - Técnica de coleta de dados	83

SÚMARIO

1. APERITIVOS: introdução.....	16
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA E PROBLEMÁTICA.....	16
1.2 OBJETIVOS.....	16
1.2.1 Objetivo geral	16
1.2.2 Objetivos específicos.....	20
1.3 RELEVÂNCIA E JUSTIFICATIVA DO ESTUDO	20
1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	24
2. INGREDIENTES TEÓRICOS	25
2.1 GASTRONOMIA.....	25
2.2 TEORIAS DA PRÁTICA.....	29
2.3 ESTÉTICA ORGANIZACIONAL.....	34
2.3.1 A estética e o percurso organizacional.....	34
2.3.2 Principais estilos de pesquisa em estética organizacional	42
2.3.3 A corporeidade	45
2.4 APRENDIZAGEM SOCIAL NA PERSPECTIVA SITUADA.....	46
2.5 DO CONHECER NA PRÁTICA AO CONHECIMENTO SENSÍVEL E A FORMAÇÃO DO GOSTO	52
3. INGREDIENTES METODOLÓGICOS.....	55
3.1 DEFINIÇÃO DA PESQUISA	55
3.2 MÉTODOS DE INTERAÇÃO COM O MATERIAL EMPÍRICO	58
3.3 ACESSO AO CAMPO	63
3.3.1 A busca por um campo de pesquisa: contato com os restaurantes	63
3.3.2 Entrada em campo	71
3.4 OPERACIONALIZAÇÃO DA INTERAÇÃO E ANÁLISE DO MATERIAL EMPÍRICO	76
4. O PRATO PRINCIPAL: apresentação e análise dos resultados	84
4.1 RESTAURANTES ESTUDADOS.....	85
4.2 COZINHAR COMO PRÁTICA	101
4.2.1 Aprendizagem e conhecimento sensível do cozinhar à luz de Strati.....	103
4.2.1.1 Cozinhado com as mãos	113
4.2.1.2 Cozinhado com os olhos.....	119
4.2.1.3 Cozinhado com os ouvidos.....	122
4.2.1.4 Cozinhado com o olfato.....	123
4.2.1.5 Cozinhado com o paladar	125
4.3 APRENDIZAGEM SOCIAL E OS VÍNCULOS COM O COZINHAR COMO PRÁTICA: formação do conhecimento sensível.....	129

4.4 COZINHAR COMO PRÁTICA: juízo estético da pesquisadora sobre as categorias estéticas.....	132
5. A SOBREMESA: conclusões	135
REFERÊNCIAS	143
APENDICE A – Solicitação de pesquisa.....	149
APENDICE B – Solicitação de reunião – e-mail.....	150
APENDICE C – Solicitação de reunião – Carta	151
APENDICE D – Resumo do projeto para empresa.....	152
APENDICE E – Total de horas em campo.....	160
APENDICE F -Entrevista para proprietário de Restaurante	161
APENDICE G - Termo de consentimento livre e esclarecido.....	162
ANEXO A - Termo de consentimento livre e esclarecido – RI.....	163
ANEXO B - Termo de consentimento livre e esclarecido – RII	164

1.2 OBJETIVOS

1. APERITIVOS: introdução

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA E PROBLEMÁTICA

Imagine que você está em um restaurante de comida regional em uma noite alegre e animada, as companhias são agradáveis e você está acompanhada com mais dois casais de amigos, na verdade, vocês estão comemorando a promoção de trabalho de um deles. O restaurante é bonito, as cadeiras são rústicas mas confortáveis, as paredes e o piso lembram uma casa no sítio e as luminárias lembram um lampião. Por todo o ambiente existem aspectos regionais. Os garçons são educados, a comida é familiar e deliciosa, a bebida é tropical, tudo é perfeito. Após pagarem a conta, já se dirigindo a saída, em cima de uma porta escura com uma janelinha de vidro, vocês se deparam com o seguinte convite: “Quer conhecer a nossa cozinha?”.

Mais do que ter acesso aos aspectos técnicos e científicos como padrões de qualidade, segurança e higiene, conhecer a cozinha envolve o – até então – encoberto. Essa experiência permite a observação de como as pessoas trabalham juntas, a contemplação de como as coisas são feitas, mas também experimentar novos sons, visões e cheiros. Conhecer a cozinha é uma vivência fortemente carregada de conhecimento sensível, tácito – de difícil explicação.

Esta pesquisa trata de uma forma de conhecer a cozinha, diz respeito mais especificamente ao estudo do que as pessoas fazem na cozinha. Cozinhar (do latim *coquere*) significa preparar alimentos pela ação do fogo (VIEIRA, 1878). Como prática profissional surge da necessidade de servir alimentos fora de casa. Para fazê-lo, utiliza-se o tato, a visão, o olfato, o paladar, audição e do juízo estético. Esses sentidos, mais os ingredientes, as receitas, as técnicas e o utensílio chega-se a materialidade da comida e ao gosto.

A alimentação fora de casa no segmento comercial dos restaurantes deixou de ser apenas um lugar onde se faz a alimentação, para ser um lugar mais simbólico. Em que se visa não apenas para comer, mas especialmente para vivenciar uma experiência sensorial. E o que era apenas necessidade, torna-se prazer e satisfação. Isso se tornou possível em função do desenvolvimento da gastronomia. A gastronomia envolve um conjunto de fatores: preparo dos pratos, cultura, serviço, decoração, ambiente, etc. Com o objetivo de tornar a refeição um momento muito único, onde é possível desfrutar os prazeres do gosto e da vida (LUNARDELLI, 2012).

No que se refere mais especificamente a gastronomia regional, esta reflete a herança cultural de um povo, os aspectos naturais e as tradições de uma região, demonstrando assim a identidade do lugar, refletindo as preferências e aversões. Expressa a maneira de preparar, de degustar e o serviço do alimento.

A gastronomia é apreciada pelos residentes de uma localidade (SCHÜTER, 2003). Os moradores saem das suas residências para apreciar a gastronomia regional, eles estão mais acostumados as comidas, as iguarias e aos pratos regionais. E, muitas vezes, não apresentam resistência a comida da terra, porque a gastronomia local faz parte da construção social e histórica do local, o que exerce influência sobre o gosto do morador.

De modo semelhante, os restaurantes de cozinha regional também são muito importantes para os turistas. Ao deslocar-se para apreciar o turismo de lazer ou mesmo no turismo de negócios, uma atividade é peculiar a todo viajante é a alimentação em restaurantes. Quando um turista adentra uma região aprecia também a comida daquele lugar, experimenta comidas desde o café da manhã até a hora do jantar. Nesse sentido, a comida regional é preferencialmente escolhida por representar também uma forma de experimentar a cultura do local.

Contudo, a gastronomia não apresenta apenas a dimensão do comer e do prazer, envolve também o serviço, a cultura alimentar ao qual ele está imerso e o preparo do alimento, ou seja, a transformação dos ingredientes em comida. De forma específica, o nosso foco se concentrou no preparo da comida regional por meio das faculdades perceptivas. A forma como a gastronomia regional é desenvolvida, envolve um processo de aprendizagem único, histórico e contextual. É um jeito de fazer próprio, prático, um campo a ser explorado por cientistas sociais, em especial os administradores e estudiosos organizacionais como um fazer prático. Em outras palavras, assume-se neste trabalho que a gastronomia pode ser melhor compreendida pelas lentes das teorias da prática.

A prática social pode ser compreendida como um conjunto de atividades que adquirem sentido em um contexto situado, ela é repetida muitas vezes até que seja socialmente reconhecida. Dessa maneira, é reconhecida, negociada e sustentada e se repete ao longo do tempo. É uma maneira de organizar o mundo, por meio dos elementos humanos e não-humanos (artefatos e objetos) (GHERARDI, 2006). Bispo (2012) explica que as práticas são as formas de "fazer" de uma sociedade, relacionam-se com a construção e reprodução social, com os processos de aprendizagem e de geração de conhecimento no contexto de um grupo. Ou seja, as práticas são ações coletivas onde o "conhecer" (*knowing*) e o "fazer" (*doing*) andam juntos. Logo, uma pessoa ou um grupo sabe porque faz e faz porque sabe

alguma coisa. O fazer coletivo, não sozinho. Sabe e faz porque está inserido em um grupo que igualmente conhece e compartilha desse fazer.

As práticas têm sido largamente utilizadas em vários campos de conhecimento, como exemplo podemos mencionar a filosofia, a antropologia, a psicologia, a educação e os estudos organizacionais (MIETTINEN, SAMRA-FREDERICKES, YANOW, 2009; AZEVEDO, 2013). Nos estudos organizacionais têm sido adotadas para o estudo de estratégia (WHITTINGTON, 1996; JARZABKOWSKI, 2003), da tecnologia nas organizações (ORLIKOWSKI, 2000) e da aprendizagem e conhecimento organizacional (NICOLINI, GHERARDI, YANOW, 2003; GHERARDI, 2006). No Brasil, os estudos mais proeminentes são na área de estratégia e versam sobre estratégia como prática ou *strategizing*. Mas também já existem outros estudos desenvolvidos em aprendizagem e conhecimento, concentrando-se no conceito de comunidade de prática e aprendizagem como prática (BISPO, SOARES, CAVALCANTE, 2014). No turismo e na gastronomia, área ao qual os estudos organizacionais e a administração têm apresentado grandes contribuições, a perspectiva das práticas tem sido estudada por Bispo (2012, 2014), Lopes, Souza e Ipiranga (2014), Lopes, Silva Junior e Ipiranga (2014), Lopes (2014) e Soares e Bispo (2014).

As teorias da prática correspondem há um campo de conhecimento ainda pouco explorado nos estudos organizacionais no Brasil. As teorias da prática não são uma teoria única, mas corresponde a um conjunto de abordagens teóricas que têm em comum o interesse de estudar as práticas sociais como unidade de análise, essas teorias unidas compreendem ao campo de conhecimento denominado “estudos baseados em prática (EBP)”, cujos princípios teóricos unem cinco abordagens teóricas a) comunidades de prática (LAVE; WENGER, 1991); b) a teoria da atividade (STRATI, 1992); c) teoria ator-rede (LAW, 1992; GHERARDI, NICOLINI, 2005); d) abordagem cultural (BLACKLER, CRUMP, MCDONALD, 2003) e; e) estudos no local de trabalho (GHERARDI, 2000; BISPO, 2013b). Dessas, utilizamos a teoria interpretativa cultural – aqui representada pela estética organizacional – como marco teórico deste estudo.

Sendo assim, a estética organizacional foi expressa pela percepção dos cinco sentidos: audição, visão, tato, olfato, paladar, e pela capacidade que possuímos de fazer o juízo estético sobre o que experimentamos. Esse julgamento é expresso por meio do que fazemos ao entrar em contato com um mundo por meio do corpo, quando percebemos as coisas pelo nosso corpo podemos julgar se o que sentimos é "bom", "ruim", "apropriado", se o que foi visto é "feio", "bonito", se nos envolve ou nos deixa indiferentes. Ao fazê-lo utilizamos a construção social coletiva que carregamos. No âmbito da estética organizacional,

o autor referência, mas não exclusivo, será Strati (1992, 2000, 2007a, 2007b, 2010, 2014).

A estética organizacional é um elemento saliente em qualquer organização, mas em uma organização gastronômica esses aspectos são potencializados, pois o próprio trabalho do cozinheiro lança mão do cheirar, do ver, do ouvir, do sentir e do degustar. São estes elementos, presentes no ambiente de trabalho, que proporcionam o aprimoramento mudando e reproduzido o que aqui irá se chamar teoricamente como "gosto".

O gosto é construído por meio da aprendizagem que é aqui compreendida como um processo, como uma prática social, onde aprender (*learning*) e conhecer (*knowing*) ocorrem na ação e no fazer cotidiano e não apenas na mente das pessoas. O conhecimento acontece na ação, e por meio das faculdades perceptivas, ou seja, conhecimento sensível. É esse conhecimento sensível que propicia a aprendizagem do gosto. Essa aprendizagem ocorre em uma atividade coletiva e situada, ou seja, a formação do gosto ocorre imbricado no cozinhar como prática (NICOLINI, GHERARDI, YANOW, 2003; GHERARDI, 2013).

Os elementos estéticos, de aprendizagem social e de conhecimento, ditos como práticos, são imbricados, por isso estudá-los em conjunto é essencial. A sua investigação por meio das práticas permite um olhar do cotidiano da organização, um olhar sensível e revelador, um olhar do “como acontece na ação”, capaz de seguir o ator social no ambiente em que a ação se apresenta possibilitando identificar como a comunidade de cozinheiros aprende a cozinhar. Acessar esse olhar foi possível, do ponto de vista metodológico, por meio de uma pesquisa de inspiração etnográfica com estilo estético (STRATI, 2007a), realizada em dois restaurantes de cozinha regional de João Pessoa-PB.

Deste modo, neste trabalho, os estudos baseados em prática, expressos pela aprendizagem situada, conhecimento como prática, estética organizacional e formação do gosto podem contribuir com o estudo da gastronomia, mas especificamente da aprendizagem do cozinhar como uma prática são atividades complexas e estão envolvidas em práticas construídas e reproduzidas socialmente. Assim, a questão norteadora desse estudo foi: **como ocorre o processo de aprendizagem do cozinhar na formação do gosto em dois restaurantes de comida regional à luz das práticas sociais e da estética organizacional?**

Para tanto, o tópico seguinte apresenta os objetivos desenvolvidos para responder a este problema.

1.2.1 Objetivo geral

Analisar o processo de aprendizagem do cozinhar na formação do gosto em dois restaurantes de comida regional em João Pessoa à luz das práticas sociais e da estética

organizacional.

1.2.2 Objetivos específicos

- Caracterizar de forma estética, social e historicamente os restaurantes estudados;
- Descrever o processo de aprendizagem, geração e transmissão de conhecimento da prática em dois restaurantes de comida regional em João Pessoa;
- Explicitar o processo de formação do gosto por meio do conhecimento sensível em dois restaurantes de comida regional em João Pessoa.

1.3 RELEVÂNCIA E JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

As ciências sociais aplicadas adotam, na maioria das vezes, teorias advindas da psicologia, da sociologia, da antropologia, da filosofia, da economia para basear suas pesquisas. Quando se trata da participação das pessoas, a maioria das teorias adotadas são de base psicológica. No entanto, novos caminhos têm surgido, os quais parecem mais seguros para a fundamentação das análises organizacionais, seja na administração ou nos estudos organizacionais. A utilização da teoria social parece adequada por proporcionar análises mais robustas da realidade organizacional que embora envolva elementos biopsicológicos é intensamente influenciada pelo social. As análises organizacionais se debruçam sobre processos que podem impulsionar a teoria e a análise organizacional.

Portanto, entende-se que a adoção de uma perspectiva baseada em prática suscite o levantamento de novas contribuições teóricas e empíricas, já que a prática pode permitir um olhar diferenciado sobre o processo de aprendizagem em organizações gastronômicas. As práticas proporcionam observar nuances que muitas vezes os estudos tradicionais não permitem. É uma abordagem adequada para o estudo da aprendizagem e do conhecimento, já que aprender e conhecer ocorrem na prática. E se utilizam de metodologias próprias para a investigação da prática.

Ao longo do tempo, alguns pesquisadores que estudam as práticas sociais têm adotado abordagens de cunho etnográfico. São estudos com propostas distintas, mas que nos ajudaram a entender melhor como pesquisas qualitativas que enfocam a observação foram realizadas em organizações para investigar estética em gastronomia, conhecimento organizacional e práticas organizativas. Estas precisam ter a capacidade de captar a visão de

processo. Na realização de estudos anteriores o enfoque esteve sobre abordagens de cunho etnográficos. Em que a observação foi a principal ferramenta de levantamento do material empírico.

Fine (1996), que conduziu uma pesquisa para investigar como os alunos aprendem e são ensinados profissionalmente a cozinhar. O autor escreveu sobre a estética no trabalho e seu estudo evoluiu para uma etnografia com objetivo de investigar a estética em cozinhas de restaurantes. Para isso, realizou uma etnografia em quatro restaurantes. Suas observações ocorriam da seguinte forma: ele passava um mês em um restaurante, fazia um intervalo de dois meses, e aí se dirigia a um novo restaurante. A realização da etnografia completa durou um ano. O afastamento de dois meses pôde permitir uma melhor percepção crítica das observações realizadas no campo.

Por sua vez, Avila (2013), realizou um estudo etnográfico (mestrado em administração) com o objetivo de identificar e compreender o *knowing-in-practice* de uma equipe de desenvolvedores de software a partir das práticas de trabalho. A etnografia teve duração de 15 meses, nos quais o pesquisador frequentou o campo de maneira aleatória, realizando efetivamente 53 visitas à empresa estudada, observando as práticas de trabalho, analisando a interação entre os membros e descobrindo como os integrantes das equipes contribuíram para o conhecimento construído. Durante esse tempo, participou também das atividades realizadas dentro e fora do ambiente de trabalho como, por exemplo, encontros de confraternização.

De outro modo, Lopes (2014), realizou uma pesquisa (mestrado em administração) com o objetivo de descrever a experiência estética imbuídas nas práticas culinárias do Polo Gastronômico do Mercado São Sebastião, em Fortaleza (CE). A autora fez etnografia durante seis meses, realizando ao todo 25 visitas nos restaurantes, realizou observação participante e sistemática e compreensão empática, buscando vivenciar o cotidiano dos restaurantes por meio da imersão na cozinha e no salão.

Além desses estudos, Tureta (2011) em sua pesquisa de tese (doutorado em administração), realizou um estudo com inspiração etnográfica com o objetivo de investigar e analisar as práticas organizativas da produção do desfile de uma escola de samba do grupo especial da cidade de São Paulo, tomando como referência o trabalho do seu setor de harmonia. A pesquisa teve duração de seis meses, realizando ao todo 58 visitas de trabalho ao campo em vários locais: reuniões do setor de harmonia, ensaios na quadra, barracão e no sambódromo.

Como foi visto, estes estudos demonstram como uma pesquisa utilizando

princípios etnográficos se torna adequada ao estudo de uma prática, que não é estática, mas sim um processo construído e reproduzido. A adequação também no que diz respeito a estética e o conhecimento sensível, que por ser um conhecimento tácito de difícil explicação não pode ser acessado apenas pela palavra – língua falada, assim, tais abordagens permitiram uma visão de processo e uma melhor compreensão do fenômeno organizacional.

A estética organizacional permite uma abordagem sensível, o conhecimento que vai ser identificado é o conhecimento tácito, aquele que é imaterial. Estudar a formação do gosto por meio da estética permitiu identificar aspectos peculiares, em organizações gastronômicas logo que ao fazer ou experimentar uma comida o corpo está envolvido, o conhecimento corporal é essencial a gastronomia. A estética permite a contemplação de um belo prato de comida cuidadosamente desenhado, apreciação de saboroso prato cuidadosamente temperado, a audição do suave e do excitante, a sensação de conforto do toque, e a sensação de bem estar expresso pelo juízo estético de um delicioso jantar com amigos o qual um restaurante pode proporcionar.

Ressalta-se aqui que estudar aprendizagem em organizações gastronômicas por uma abordagem estética e prática apresenta os desafios próprios do campo das práticas, mas é um desafio extraordinário (MIETTINEN, SAMRA-FREDERICKS, YANOW, 2009). Ademais Taylor *et al* (2012) explicam melhor os desafios se referindo a estética organizacional, os autores afirmam que não se escolhe estudar estética porque é fácil, mas porque é difícil. Mas é um “difícil” que permite a compreensão e o destaque do belo, daquilo que é percebido pelo corpo e no coração.

A importância da pesquisa pode ser ainda observada no que se refere as questões econômicas, o mercado de alimentação fora (*foodservice*) do lar no Brasil vive um momento de crescimento, alcançando em 2013 15,4% de crescimento, o que equivale a um valor de mercado de R\$ 284,8 bilhões. Nos últimos dez anos apresenta um crescimento em média de 14,7%, comparando com o varejo alimentício que nos últimos dez anos cresceu em média apenas 10,7%, a indústria vem progressivamente se estabelecendo. É preciso ressaltar que a alimentação fora do lar envolve a segmentação de um mercado com diferentes segmentos, o principal deles: institucional e o comercial. O primeiro é composto por restaurantes e soluções em serviços de alimentação para indústrias, empresas, entretenimento e a setores governamentais. O segundo é composto por restaurantes, lanchonetes, bares, hotéis, padarias, conveniências e delivery (ABIA, 2014).

Como também, percebe-se a importância que a gastronomia exerce sobre setor do turismo. A pesquisa anual de desenvolvimento do turismo na região metropolitana de João

Pessoa (IFEP, 2014), realizada com os turistas que estavam na região no período entre 25/12/2013 a 15/01/2014, demonstra que entre os turistas que estavam na amostra 56,48% estavam realizando turismo de lazer, a maioria (41,21%) obteve o maior gasto com alimentação, mesmo ficando hospedada na casa de parentes e amigos (46,08%). Além disso, 77,08% costumavam fazer as refeições em bares e restaurantes. A satisfação com a gastronomia é percebida como ótima por 53,01% dos turistas e como boa por 40,33%.

Ainda segundo a pesquisa, dos turistas pesquisados, 97,67% manifestou o desejo de voltar à João Pessoa, 68,27% afirmaram que a cidade responde as suas expectativas e 27,57% afirmaram que a cidade superou as suas expectativas. Ademais, 95,85% indicariam a cidade para outras pessoas por considerarem João Pessoa como um destino capaz de promover aos visitantes elevado níveis de satisfação e bem-estar. Entre os aspectos que os turistas mais gostaram estão às praias (56,93%), a receptividade dos moradores (18,07%) e a gastronomia (8,61%). Um aspecto interessante é que a gastronomia ficou à frente dos pontos turísticos (3,72%) (IFEP, 2014). Em João Pessoa, percebe-se que a gastronomia é importante, que é geradora de renda e se destaca na atividade turística local.

Assim, esta pesquisa poderá contribuir economicamente permitindo uma melhoria na experiência do cliente. Já que este setor pode ser explorado de maneira mais ampla, possibilitando aos *restaurateurs* (proprietários de restaurantes) a adoção de estratégias específicas para promover a gastronomia enquanto atrativo, por pelo menos três motivos. Primeiro porque a gastronomia acontece o ano inteiro, ou seja, não existe sazonalidade, diferente do que acontece, por exemplo, com o turismo de sol e mar, festas e eventos. Assim, proprietários de restaurantes poderiam explorar melhor essa atividade que não depende de nenhum evento natural ou cultural para acontecer. Nesse sentido, a gastronomia se apresenta como um atrativo turístico autossustentável.

A gastronomia única, que pode fazer com que turistas retornem aos destinos motivados por um aspecto sociocultural da herança culinária. Por fim, espera-se ainda que descobrir o gosto, possa contribuir com o patrimônio cultural da cidade, esses benefícios sociais e históricos se relacionam ao “jeito de fazer” (prática do cozinhar) em João Pessoa que a diferencia do gosto de outros municípios, da comida nordestina de outras cidades, pois é compreendida como um aspecto único. O que pode demonstrar como a gastronomia é um importante patrimônio cultural em João Pessoa e como alguns pratos regionais ainda preservam suas características singulares.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Posto isto, esta dissertação está estruturada em cinco capítulos. O primeiro capítulo corresponde a introdução já apresentada contendo o contexto, o problema, os objetivos e a relevância do estudo. O segundo capítulo se refere ao arcabouço teórico sobre o qual se sustenta esta pesquisa, a gastronomia, as teóricas da prática, da estética organizacional e da aprendizagem social. O terceiro capítulo apresenta os aspectos metodológicos descrevendo os caminhos para a pesquisa empírica, apresentando os detalhes de como foi realizada a pesquisa de inspiração etnográfica com estilo estético. O quarto capítulo apresenta os resultados, as análises e a discussão da pesquisa empírica, ponto central deste estudo. E finalmente, o último capítulo apresenta as conclusões do estudo

2. INGREDIENTES TEÓRICOS

Neste capítulo, são apresentados o referencial teórico que dá suporte a este estudo. Ele se divide em duas partes, primeiramente foi apresentado um breve panorama sobre a gastronomia, em seguida foram apresentadas as teorias da prática e seus desdobramentos por meio da estética organizacional e da aprendizagem social.

2.1 GASTRONOMIA

As práticas gastronômicas apresentam um campo de conhecimento próprio, elas existem, pelo menos, há 300 anos, mas apenas há pouco tempo vêm recebendo atenção do meio acadêmico. Diversas áreas dedicam-se a tal estudo, a antropologia, a sociologia, a história, a nutrição e o turismo. Muitas vezes, elas apresentam versões diferentes para os mesmos quesitos (PECCINI, 2013). Assim, é possível estudar a alimentação por diversas abordagens, a econômica com ênfase na oferta e demanda, na produção, no preço e no acesso aos alimentos. A nutricional com foco na composição, na preocupação com a saúde e o bem estar. A abordagem sociológica que dá destaque a relação da alimentação na organização social do trabalho, no estilo de vida e no consumo. A abordagem antropológica que se debruça sobre os aspectos simbólicos da alimentação, as tradições, gostos, práticas, preferencias, ritos e tabus (BRAGA, 2004).

Comer é, na maioria das vezes, uma ação coletiva, dificilmente uma refeição é realizada na solidão. Comer e beber são na maior parte das ocasiões práticas sociais. Senta-se para comer com a família, com os amigos, com os colegas de trabalho. Após a refeição as pessoas permanecem sentadas a mesa, participando da interação social (SCHÜTER, 2003; CARNEIRO, 2005). As organizações gastronômicas estão entre os lugares que se produzem interação social. A comida confraterniza e compartilha, talvez por esse motivo, alguém que esteja se alimentando sozinho nunca está sorrindo, demonstrando, por vezes, um semblante reflexivo ou apático.

Outro aspecto da alimentação é o prazer, as pessoas não se alimentam apenas para suprir as necessidades físicas, mas pelo prazer, pelas sensações e sentidos provocados no comensal (POSSAMAI, 2011). Comer é muito mais que um ato mecânico realizado para a subsistência, comer envolve o prazer de degustar algo considerado saboroso. A sensação de bem estar, porque não dizer, a excitação que a “boa” comida suscita é uma sensação única. A comida desperta os sentidos, pelo odor agradável, pela visão de um prato elegante, e

principalmente pelo sabor. O prazer relacionado com o ato da alimentação se envolve ainda outros aspectos, como a expectativa pelo novo quando se prova uma comida que nunca se experimentou, o inusitado quando se prova uma comida exótica, o sofisticado quando se frequenta um restaurante requintado.

Por meio dos alimentos é possível conhecer melhor a história de vida e a cultura de uma região. A cultura gastronômica revela aspectos peculiares das tradições, dos produtos, dos saberes, das técnicas, dos aspectos sociais e econômicos de um lugar. A gastronomia pode ser considerada um patrimônio cultural tão importante quanto museus, templos religiosos, festas, danças entre outros (BARCZSZ, AMARAL, 2010; TONINI, 2011; CASTRO, SANTOS, 2012; GAČNIK, 2012). Adentrado na gastronomia é possível experimentar as particularidades de cada região, o jeito de fazer, os utensílios utilizados e os ingredientes. Isso é possível porque o “alimentar-se” permite a imersão nos aspectos sociais e antropológicos de um povo.

A comida é compreendida como um atrativo que permite uma singularidade Coelho Neto e Boulhosa (2013, p.523) explicam a importância da reputação gastronômica:

“(...) reputação gastronômico-culinária de um território é especialmente importante quando confere ao lugar uma característica de singularidade, sendo percebida como um diferencial atraente. Desenvolveremos adiante a ideia de que a singularidade deriva em parte da percepção de autenticidade relacionada à comida do lugar e/ou às características únicas e marcantes da oferta de comida no setor de alimentação fora do lar.”

A cozinha regional é compreendida como “(...) um conjunto de saberes-fazeres que englobam ingredientes, técnicas culinárias e receitas que são dispostas em um panorama relativamente coerente, delimitado geograficamente e passível de ser reconhecido como tal” (BAHL, GIMENES, NITSCHKE, 2011, p. 2). E os pratos típicos são comidas emblemáticas, que fazem parte da cozinha regional e possuem o poder de representar intrinsecamente um povo. É o caso do Churrasco para o gaúcho, o Pão de queijo para o mineiro e o Acarajé para o baiano (GIMENES, 2009).

Compreendendo sob esse conceito, na Paraíba, especialmente em João Pessoa, não se pode falar em uma comida típica. Mas pode-se falar de uma comida que apresenta sabor, o visual e as formas de preparo característicos da região. Esta comida é o resultado de um processo histórico, social, geográfico e econômico. Saudável e diversa, a comida passou por muitas transformações, mas encontra-se como uma das melhores da região nordestina. Com raízes históricas advindas das técnicas portuguesas e da culinária africana e indígena os sabores foram se formando. De forma específica, esta comida é representada pela comida do

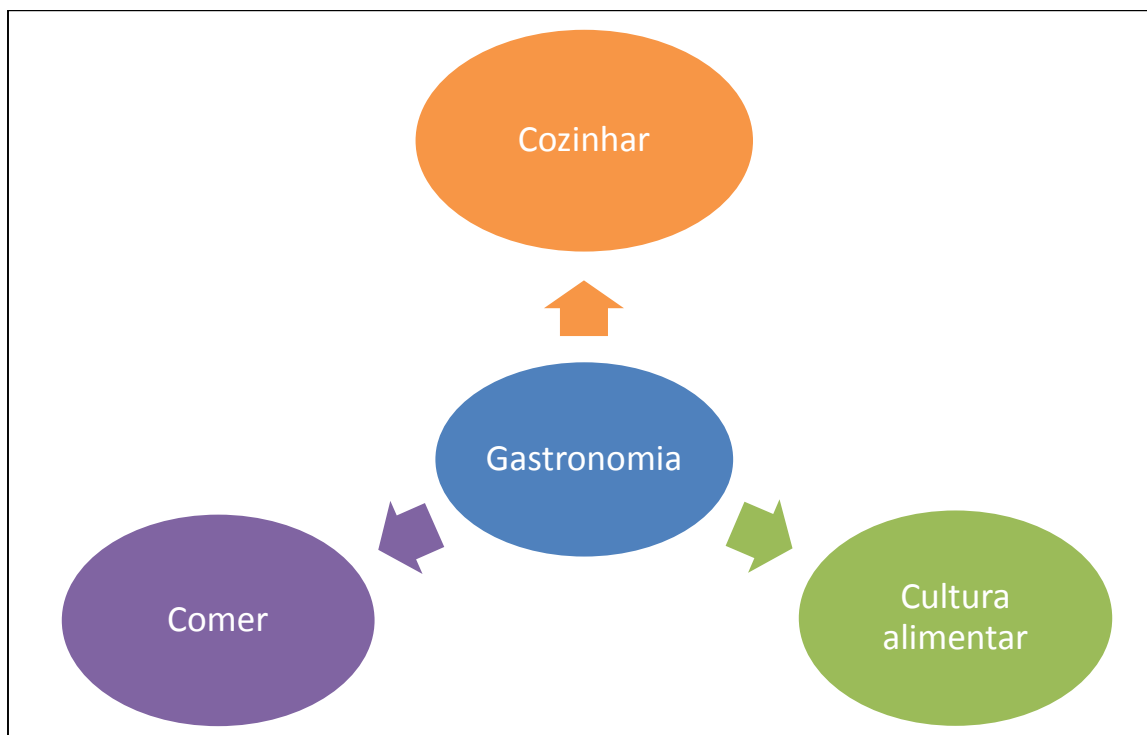
mar, rios, lagoas e mangues – peixes, frutos do mar (peixada, ensopado de caranguejo, camarão, agulha frita) e do interior – sertão e cariri (carne de sol, feijão verde, macaxeira, arrumadinho, maxixada, pirão de farinha de mandioca, produtos de milho, etc) (LEAL, 2002).

De acordo com Tonini (2011, p. 135), a gastronomia é “o encontro do alimento com o sentimento; é o resultado da criatividade (...); é a união da necessidade com o prazer. (...) proporciona a sensação de pertencimento a um povo, sua continuidade e perpetuação das tradições, mantendo viva parte de uma identidade”. Representa uma forma de expressão social e histórica, e é ampliada pela inovação contemporânea.

O termo é originado do grego antigo *gaster* que significa estômago, e do termo *nomos* que significa lei. Etimologicamente, gastronomia significa a “lei do estômago”. A palavra foi utilizada pela primeira vez na modernidade, na França, como título de um poema escrito por Jacques Berchoux, em 1804, e assim conquistou notoriedade (SCARPATO, 2002). O termo foi criado pelo poeta grego Arquestratos, no século IV a.C., poeta pesquisou a comida de vários lugares experimentando a comida local, era um apreciador da comida saborosa, como legado deixou um livro chamado Hedypatheia, que tratava sobre os prazeres da comida, conselhos para uma boa comida e o primeiro conceito de gastronomia, já citado (FREIXA, CHAVES, 2012).

Em 1825, Brillat-Savarin, publicou “A fisiologia do gosto”, onde explica que “gastronomia é o conhecimento de tudo que se refere ao homem, na medida em que se alimenta” (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p.57). A gastronomia vai além da “lei do estômago” para expressar “o conjunto de práticas e conhecimentos relacionados não apenas ao preparo mas também a degustação de alimentos, tendo como tônica o prazer e as experiências sensoriais e simbólicas envolvidas nesse processo” (GIMENES, 2011, p. 20). Ou seja, é uma prática social, culturalmente construída e reproduzida.

A gastronomia envolve a arte de cozinhar (preparação dos alimentos, cocção), comer bem (apresentação do prato, prazer proporcionado pela comida, bebida que acompanha, atendimento) e a cultura alimentar (ingredientes, técnicas) (KIVELA, CROTTS, 2006; FURTADO, 2011). A Figura 1 ilustra essa relação.

Figura 1 - Gastronomia

Fonte: Elaborado pela autora com base em Kivela e Crotts (2006).

O cozinhar é uma atividade dotada de particularidades, por ser uma atividade muito prática é muitas vezes considerada como uma arte (HEGARTY, O'MAHONY, 2001). Na cozinha, existem pelo menos três profissionais que estão diretamente envolvidos no cozinhar, o chef de cozinha, o cozinheiro e o auxiliar de cozinha. O chef de cozinha é o profissional responsável pela criação, execução dos pratos, e de gerenciar a cozinha. O cozinheiro é profissional que possui conhecimentos específicos das técnicas culinárias (MENESES, 1997). E o auxiliar de cozinha “é o profissional responsável pelo pré-preparo (*mise en place*), higienização, organização e pequenas produções de alimentos” (INFOJOBS, 2014).

De acordo com Kivela e Crotts (2006), a pessoa que está envolvida com gastronomia geralmente participa degustando, experimentando, fazendo, pesquisando, descobrindo, escrevendo ou fotografando sobre suas experiências, etc. Os autores comentam que essa é um campo multidisciplinar, pois conta com a colaboração de vários campos de conhecimento. E acreditam que além do prazer a alimentação é uma experiência sensorial, pois a gastronomia é a arte que permite ao ser humano usar os cinco sentidos: visão, audição, tato, olfato e paladar.

Assim, o contexto apresentado sugere o alto teor estético que carrega a

gastronomia de modo que não é possível dissociar o “fazer gastronômico” do “fazer cotidiano”. Em outras palavras, a gastronomia é um fenômeno social de interação dos humanos assim como e, ao mesmo tempo, com o não-humano (artefatos e objetos). A gastronomia é tangível com seus utensílios e pratos, mas também é intangível com os seus odores e sensações, trata-se de um campo do fazer cotidiano de caráter prático e que tem muito a contribuir se explorado do ponto científico e teórico. Para tanto, a gastronomia enquanto fazer científico demanda estratégias de pesquisa adequadas que possam garantir a cientificidade dos estudos gastronômicos.

2.2 TEORIAS DA PRÁTICA

Em muitos sentidos, a teoria tem sido colocada como um oposto da prática. O debate entre teóricos e práticos é antigo, mas ainda garante fértil discussão entre acadêmicos e profissionais de mercado, por exemplo. No campo da administração, é presença constante no debate dos graduandos enquanto discutem se os “melhores” professores são os que se dividem entre a prática do mercado e à docência ou aqueles que se dedicam à pesquisa e ao ensino. Há ainda quem defenda que os “melhores” são aqueles que continuam estudando (mestrado e doutorado) ao mesmo tempo em que experimentam a prática e, após dez ou quinze anos, dedicam-se à docência.

Embora esse exemplo específico do “melhor professor” fuja ao escopo deste trabalho, as principais críticas aos teóricos estão centradas no discurso de que eles “fogem da realidade” porque são excessivamente prescritivos e de que, no “mundo real”, as teorias não funcionam tão bem como nos livros ou manuais. Como será discutido de forma mais detalhada ao longo deste capítulo, é essa ansiedade, juntamente a algumas críticas, que faz emergirem as teorias a partir da prática, as quais procuram se aproximar o máximo possível do “mundo real”. Essas teorias têm como objetivo refletir sobre a prática do cotidiano, assumindo que ela é contextual, histórica e situada, buscando explicar os praticantes, aqueles que constroem a prática, a partir de interações sociais.

As teorias da prática — ou teorias das práticas sociais — é uma abordagem que atende aos anseios de estudiosos que não estavam confortáveis com as teorias sociais clássicas. Corresponde a um conjunto de teorias culturais que compreendem a prática como a menor unidade de análise do mundo social e estão interessados na compreensão das ações cotidianas, da vida social, das formas de fazer, do conhecimento, da interação entre as “coisas” e com o envolvimento do corpo no fazer social (RECKWITZ, 2002). Não é uma

teoria única, uma vez que uma teoria social da prática não existe, o que existe é um conjunto de autores interessados em estudar e/ou teorizar sobre as práticas, utilizando um vocabulário diferente (GHERARDI, 2006; MIETTINEN, SAMRA-FREDERICKS, YANOW, 2009).

Quando se fala em “práticas”, é importante explicar como os teóricos clássicos compreendem o termo, já que essa é uma palavra de uso coloquial amplamente utilizada em diversas áreas e com diferentes enfoques. A primeira distinção a fazer é diferenciar “prática” de “práticas”. O termo “prática” (do alemão *práxis*), contração do verbo no singular, corresponde a qualquer ação humana enquanto “práticas” (do alemão *praktik*), contração do verbo no plural, corresponde a um comportamento rotinizado que envolve vários elementos em torno de uma atividade. Esses elementos são conectados, assim, a prática não se relaciona a qualquer elemento único, mas à junção de vários elementos interconectados. A prática é uma forma de fazer, de replicar, um conjunto de comportamentos e elementos, logo, pode ser “um jeito” de cozinhar, de consumir, de trabalhar (RECKWITZ, 2002).

De acordo com Nicolini (2013), os primeiros conhecimentos sobre “práticas”, no sentido de ação no cotidiano, são resultado dos escritos de Platão e Aristóteles. Platão defendia que a boa prática deveria ser a utilização de princípios puros, morais e eternos, sendo uma forma virtuosa de conduzir a vida, afastando-se de apetites e paixões e buscando o conhecimento. O filósofo criticava os profissionais práticos da sua época e defendia que a melhor maneira de seguir a vida era estudando a filosofia e também entendia que a materialidade e a performatividade estavam abaixo do conhecimento e da ética. Já Aristóteles, apesar de ser discípulo de Platão, acreditava que todo conhecimento tinha sua devida importância e escreve sobre três tipos de conhecimento: *episteme*, *phrónesis* e *techné*. *Episteme* pode ser traduzido como conhecimento científico e expressa os princípios centrais da racionalidade analítica. *Phrónesis* pode ser traduzido como sabedoria prática e envolve produzir *práxis* ou ações informadas. E *techné*, possivelmente o mais complexo de compreender, pode significar “artesanato”, “arte”, “ciência”, e tem como objetivo a racionalidade instrumental, criar e produzir materiais e artefatos duráveis que são o resultado da *poiesis*. Aristóteles buscava diferenciar *techné* de *poiesis* e *phronesis* de *práxis*, mas a diferença é complexa. Uma maneira possível seria relacionar o conceito de *práxis* a “fazer” (*doing*) e *poiesis*, à “confeção” (*making*) (NICOLINI, 2013).

Com o passar do tempo, a “noção” de “prática” evoluiu. Observando os escritos de outros filósofos, é possível compreender como o conceito se desenvolve, transformando-se em uma forma de conhecimento com parâmetros mais sólidos os quais oferecem explicações mais consistentes que podem nos ajudar a compreender melhor o que vem a ser “prática” e

como esse conceito tem se desenvolvido. Na realidade, essa tradição tem sua sustentação filosófica em quatro perspectivas teóricas: marxismo, fenomenologia, interacionismo simbólico e nas contribuições de Wittgenstein. O Quadro 1 apresenta o embasamento filosófico e as contribuições de cada corrente de pensamento.

Quadro 1-Tradições filosófica das práticas

Tradições	Contribuições para as “práticas”
Marxismo	Apresenta uma base primordial epistemológica para a prática, defendendo que as pessoas realizam diversas atividades não só mentais e que a ação do homem no mundo é fruto do contexto social e histórico. A principal contribuição é a compreensão de que “saber” não é separado de “fazer” e que aprender não é uma atividade unicamente cognitiva.
Fenomenologia	Defende que na vida organizacional cotidiana, nas atividades como trabalho, aprendizagem, inovação, comunicação, negociação todos as pessoas estão presentes interagido na prática. A principal contribuição é a de que sujeito e objeto são igualmente importantes, estão interligados e fazem parte do ambiente social e histórico.
Interacionismo simbólico	Acredita que os seres humanos agem no mundo de acordo com a significação atribuída pelo grupo a que ele pertence sobre aos fatos vivenciados. Esses significados são construídos através da linguagem e negociação e interpretados em cada caso. As significações apropriadas pelo grupo são adotadas e as que não são, modificadas. A principal contribuição é a percepção de que a prática só existe quando há interação e engajamento.
Contribuições de Wittgenstein	Observa que alguns termos linguísticos emergem em meio a uma prática social. Essa linguagem é compartilhada e funciona como uma espécie de regra, aquele que pratica adquire a linguagem. A linguagem não serve apenas para passar informação, mas é parte constituinte da prática. A principal contribuição de Wittgenstein é a adoção da linguagem na explicação da prática.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Nicolini, Gherardi e Yanow (2003) e Bispo (2013b).

Como é possível perceber, o conceito de prática não é novo, todavia, por volta dos anos 2000, ele ganha novos contornos e constitui o movimento da “*practice turn*” ou, ainda, “*re-turn to practice*” (SCHATZKI, 2001; MIETTINEN *et al.*, 2009). Corresponde à retomada dos estudos das práticas compreendendo que elas podem proporcionar análises mais profundas sobre o ambiente social. Miettinen *et al.* (2009) sugerem que é possível retornar aos estudos da prática graças à contribuição que diversos teóricos como Pierre Bourdieu, Anthony Giddens, Michel Foucault, Harold Garfinkel e Bruno Latour têm realizado nos últimos trinta anos. Estes cientistas sociais contribuíram para a construção de novas concepções teóricas, possibilitando novas formas de compreensão social e facilitando, assim, a aplicação das teorias da prática ao contexto organizacional.

A utilização dessa epistemologia das práticas permite pelo menos dois aspectos importantes: i) uma abordagem empírica, preferencialmente etnográfica ou etnometodológica, para compreensão da realidade social que deve permitir a compreensão da prática como

aquilo que as pessoas fazem no cotidiano. A adoção de métodos racionalistas limita o estudo da prática por não conseguir abarcar o seu aspecto dinâmico e processual; ii) a abordagem da prática permite a resolução de um problema filosófico sobre o conhecimento e a natureza da realidade, apresentando-se como uma solução aos dualismos entre mente/corpo, ator/estrutura, humano/não humano (MIETTINEN *et al.*, 2009). Isso porque as teorias da prática partem do pressuposto de que estas dualidades não existem no agir cotidiano e servem apenas de critérios analíticos que, por vezes, dificultam o entendimento do que se faz no dia a dia.

Em relação aos estudos organizacionais e ao turismo, as práticas funcionam ainda como uma crítica, uma forma de romper com as teorias positivistas, cognitivista e racionalista tão presentes nesse campo de estudos. Como algumas críticas feitas às correntes de pensamento, pode-se destacar a crítica ao positivismo, a qual afirma que o conhecimento organizacional não está nos arquivos ou nos banco de dados, mas é local, processual e provisório (NICOLINI; GHERARDI; YANOW, 2003; GHERARDI, 2006); aos cognitivistas, defendendo que a aprendizagem não é mental e nem individual, mas sim o que as pessoas fazem juntas (GHERARDI, 2006); e aos racionalistas, combatendo a proeminência do conhecimento científico e explicando que o conhecimento é construído, situado e reproduzido, sendo na sua maioria tácito e não reflexivo (GEIGER, 2009).

O advento das práticas sociais, de forma organizada, nos estudos organizacionais é recente. Em 1998, em um simpósio da *Academy of Management*, Davide Nicolini e Dvora Yanow perceberam que alguns dos seus estudos percorriam interesses comuns e que Etienne Wenger (comunidades de prática), Frank Blackler (a teoria da atividade), Silvia Gherardi e Davide Nicolini (teoria ator-rede), Dvora Yanow (abordagem cultural) se debruçavam nas práticas para compreender a aprendizagem, o conhecimento e as organizações. Os autores resolveram então estabelecer um conceito “guarda-chuva” sob o qual fosse possível acomodar todas as correntes teóricas estudadas por eles, dando início ao campo denominado Estudos Baseados em Prática ou EBP (GHERARDI, 2006; BISPO, 2013b; AZEVEDO, 2013).

Os estudos baseados em prática (do inglês *Practice-based studie* – PBS) atendem a lacuna de analisar as práticas de trabalho que envolvem hibridização de campos interdisciplinares (Gherardi, 2009; 2014b), conforme ilustra o Quadro 2.

Quadro 2 - Estudos baseados em prática

Abordagem	Base teórica	Autores relevantes	Descrição genérica
Teoria cultural interpretativa	Julgamento estético; Transmissão cultural.	Dvora Yanow; Antônio Strati.	Os artefatos e as interações sustentam os significados. Conhecer ocorre na prática. É realizado o julgamento estático em relação às práticas.
Comunidade de Prática	Interacionismo simbólico; Habitus	Etienne Wenger; Marie-Léandre Gomez; Isabelle Bouty; Carole Drucker-Godard.	Comunidades surgem em um contexto de engajamento com uma prática comum. Novos membros são admitidos por meio da legitimação periférica. As práticas sustentam as comunidades.
Teoria da atividade cultural e histórica	Psicologia Cultural de Vygotsky; Elementos do Interacionismo simbólico.	Yrjö Engeström; Anne Puonti; Laura Seppänen; Frank Blackler; Norman Crump; Seonaidh McDonald.	As atividades são culturalmente situadas e mediadas pela linguagem e pelos artefatos tecnológicos. O trabalho orienta a manutenção ou as mudanças nas práticas que são realizadas em uma comunidade.
Teoria ator-rede	Distribuição do poder de Foucault; Construção de significado de Wittgenstein.	Jonh Law; Victor Singleton; Lucy Suchman; Silvia Gherardi; David Nicolini.	O social é um padrão de redes heterogêneas formado por pessoas e máquinas, animais, textos, dinheiro, arquiteturas etc. Esses elementos são ligados por um processo de ordenação.
Estudos no local de trabalho	Relação da tecnologia na constituição do ambiente de trabalho; Tecnologia como prática social.	Lucy Suchman; Anni Borzeix.	O trabalho é compreendido como uma atividade em que sujeitos e objetos formam um conjunto e dão sentido às atividades que ocorrem por meio dessa interação.

Fonte: Adaptado de Bispo (2013b, p.23).

As práticas são relativamente estáveis ao longo do tempo e podem ser reconhecidas socialmente. Elas correspondem a um conjunto de atividades que apresentam significados e passam a ser socialmente reconhecidas dentro de um contexto situado, constituindo-se em um processo aberto no qual se constrói e reconstrói o fazer social, sendo constantes no tempo e no espaço e podendo se adaptar a novas circunstâncias. Em outras palavras, são padrões de atividades institucionalizadas por juízos sociais e normativos, expressos pela ética, pela estética e por critérios técnicos de adequação, expressam um modo de ordenar o mundo e envolvem humanos e não humanos (GHERARDI, 2001).

De acordo com Gherardi (2009), a abordagem baseada em práticas, de forma resumida, permite aos estudos organizacionais um enriquecimento do estudo dos seguintes aspectos: a) uma nova forma de observar a organização como uma textura de práticas interligadas que sustentam a ação; b) uma nova concepção sobre o conhecimento em ação (*knowing*) como sendo situado, negociado e imbricado na atividade; c) uma nova concepção da materialidade e de como ela se relaciona com os seres humanos; d) uma metodologia para

analisar prioritariamente o conhecimento na prática (*knowing-in-practice*); e) novas expressões e novos conceitos para uma renovação dos estudos organizacionais.

Neste estudo, para uma melhor compreensão do processo de aprendizagem do cozinhar na formação gosto, utilizou-se a teoria cultural interpretativa, utilizando o componente teórico da estética organizacional amplamente discutido por Strati (1992, 2000, 2007a; 2007b; 2010; 2014). E a aprendizagem social na perspectiva situada (GHERARDI; NICOLINI; ODELLA, 1998; GHERARDI, 2006, 2012).

Defende-se este arranjo teórico com base em pelo menos três motivos: (1) estas teorias unidas podem contribuir na explicação do que as pessoas fazem nas organizações, ou seja, nas práticas; (2) a estética organizacional é uma abordagem privilegiada para o estudo de organizações gastronômicas, já que o uso das faculdades sensoriais são fundamentais para o desenvolvimento e compreensão do fazer gastronômico; e, (3) a aprendizagem social na perspectiva situada é teoricamente capaz de explicar como os novatos aprendem socialmente na prática.

2.3 ESTÉTICA ORGANIZACIONAL

Nesta seção, é apresentada a estética organizacional, demonstrando essa corrente de pensamento que se fortaleceu no campo dos estudos organizacionais. São apresentados o conceito de juízo estético, as categorias estéticas, as formas de pesquisa identificadas pelos teóricos do campo, a corporeidade, artefato organizacional e o conhecimento sensível. A separação em tópicos corresponde apenas a uma separação didática, já que, na literatura, é difícil separar limites da teoria sobre estética.

2.3.1 A estética e o percurso organizacional

O que um administrador sente enquanto prepara um relatório e escuta o sinal sonoro da escola ao lado do prédio do seu escritório, começando a partir de então a ouvir o barulho das crianças gritando e cantando durante os 30 minutos da hora do "recreio"? Esse, essencialmente, não constitui um problema racional, nem organizacional, nem muito menos cognitivo (pelo menos de modo geral). O administrador não teve dificuldade em encontrar as planilhas onde estão dispostas as informações, de compreender os dados, nem mesmo teve problemas em sintetizar as informações em gráficos, tabelas e textos. Contudo, um problema é percebido pelo profissional enquanto tenta exercer sua função, uma vez que ele não pode evitar que seus ouvidos escutem. Mas esse não é necessariamente um problema

organizacional e sim estético.

A Estética pode ser definida como um campo da Filosofia que se debruça sobre as ideias, os conceitos e as categorias da arte e os valores artísticos, principalmente a beleza, mas não se limita a ela (WOOD JR., CSILLAG, 2001; RODRIGUES, 2008). Camargo (2009) explica que foi desenvolvida por A. Baumgarten no Século XVIII e envolve a percepção, a sensação e o conhecimento sensível. Wood Jr. e Csillag (2001) enfatizam que o conceito surgiu na Grécia Antiga e se relacionava às representações artísticas. Explicam ainda que a estética é também estudada pelas artes, a arquitetura o *design* e a psicologia. No contexto dos estudos organizacionais, a influência da estética advém dos estudos dos filósofos Alexander Gottlieb Baumgarten, entre 1735 e 1750, e de Giambattista Vico em 1725 (STRATI, 2000).

A estética na vida organizacional relaciona-se com o conhecimento humano percebido pelas "faculdades perceptivas da audição, da visão, do tato, do olfato e do paladar, além da capacidade de fazer o juízo estético". O juízo estético é semelhante a um sexto sentido com o qual é possível discernir se o que foi percebido pelos órgãos sensitivos "é agradável ou não, se corresponde ao nosso gosto ou não, se nos envolve ou nos deixa indiferentes, ou mesmo, se nos repugna" (STRATI, 2007a, p.11).

As faculdades sensoriais aqui tratadas não são apenas referentes à percepção humana, à percepção física dos órgãos dos sentidos. Na realidade, são faculdades apuradas e educadas socialmente, como explica Strati (2007a, p.77):

(...) saliento que as faculdades sensoriais às quais faz referência a abordagem estética das organizações, não são tanto as faculdades inerentes à percepção humana e, sim, às faculdades educadas e sofisticadas desenvolvidas por processos de construção social e coletiva. A razão principal disso é que juízos estéticos têm sua própria história: eles são moldados por negociações sócias complexas, sendo muito menos imediatos do que se crê normalmente.

A estética está presente na vida organizacional e pode ser útil para o estudo das organizações. Estudar a maneira como as organizações compreendem e formam o conhecimento estético, assim como o julgamento que fazem sobre eles, corresponde a um novo olhar, capaz de evocar aspectos novos e surpreendentes nuances da vida cotidiana e das relações sociais. Mas nem sempre esse estudo foi possível porque existia uma resistência de lançar luz sobre um novo olhar para os estudos organizacionais.

Tradicionalmente, mais especificamente até a metade da década de 1970, a teoria das organizações e os estudos administrativos ignorava a presença da estética como disciplina na vida organizacional. No máximo, admitia-se a ideia de que ela exercia uma influência restrita sobre as organizações, em relação às características do produto, do ambiente de trabalho e da cultura organizacional. Ou seja, a estética era tida como restrita apenas a

"pedaços" da organização e não a sua totalidade (STRATI, 1992, 2007a).

De acordo com Reed (2007), esses pressupostos devem-se ao racionalismo defendido e difundido por Max Weber. O racionalismo teve forte influência na análise organizacional (desenvolvimento histórico e conceitual) e deslocou a análise organizacional do pragmatismo artístico para o status de ciência, possível de ser prescrita e verificada. Assim, acreditava-se que as organizações eram racionais, desprovidas de materialidade e corporeidade. Desta maneira, não carregavam elementos eróticos, belos ou feios, odores agradáveis e desagradáveis, fascinação ou repulsão e eram estritamente idealizadas (STRATI, 2007a).

No entanto, esse mundo "perfeito" das organizações não é real, só existe no discurso reducionista e simplista do racionalista instrumental. O mundo real é marcado por cores, cheiros (WOOD JR., CSILLAG, 2001), texturas, sabores, sons dos mais diversos que não podem ser expressos por meio de números ou estatística. Essas características, de acordo com os pressupostos da estética organizacional, são melhor compreendidas pelas nossas faculdades sensoriais, pois, por meio delas, é possível trazer à tona aspectos até então ignorados. A estética corresponde a uma lente que permite aos estudos organizacionais estudar aspectos que sempre existiram nas organizações, mas que nunca foram de interesse dos pesquisadores.

Assim, muitas vezes existe um estranhamento por parte de acadêmicos e empresários quando o assunto é a estética organizacional. Aqueles que convidam seus pares a adentrarem nesse novo mundo são tidos como indignos de seriedade ou correm o risco de serem mal compreendidos, sendo vistos como exóticos ou herméticos – hermetismo – (WOOD JR., CSILLAG, 2001).

Mesmo assim, a curiosidade sobre a estética nos estudos organizacionais e o endosso à corrente de pensamento não tem sido ignorados por periódicos e eventos científicos, o que possibilita acompanhar alguns marcos significativos no desenvolvimento do tema.

Em 1985, foi realizada na França a conferência *Standing Conference on Organizational Symbolism* – SCOS, e o *Dragon*, revista do SCOS, publicou artigos sobre estética. Em 1987, foi realizado em Milão o terceiro encontro da SCOS, que teve como tema *"The Symbolics of Corporate Artifacts"* e durante o qual foram discutidos vários trabalhos que permeavam o conceito de estética. Em 1992, o *Academy of Management Review* publicou um número especial sobre as novas correntes dos estudos organizacionais; em 1993, publicou o ensaio *"Tailored meanings: on the meaning and impact of organizational dress"* escrito por

Anat Rafaeli e Michael Pratt. Em 1995, o *Bolton Institute* promoveu, no Reino Unido, um encontro para pesquisadores e interessados no tema com o título "*The Aesthetics of Organization*". Em 1995, foi criado o *Studies in Cultures, Organizations and Societies*. Em 1996, a *Organization* publicou um número especial sobre estética (WOOD JR., CSILLAG, 2001; STRATI, 2007a).

Em 2012, Steven Taylor e outros autores, se reuniram e fundaram a *Organizational Aesthetics*, uma revista *online* sobre estética organizacional, com publicação anual, a qual tem como preocupação central discutir de maneira teórica e prática a estética organizacional, reunindo todos os interessados na área (TAYLOR *et al.*, 2012), o que reforça a tese de Strati (2007a) de que os estudos sobre estética na área de pesquisa organizacional não são incipientes, o que não se observava antes da década de 1980. Com o passar do tempo, cada vez mais pesquisadores têm se interessado por tal abordagem teórica e compreendido a sua importância.

A estética da vida organizacional apresenta alguns aspectos únicos, dentre os quais encontra-se o juízo estético, componente indispensável para a compreensão da estética nas organizações. O julgamento que fazemos das percepções que experimentamos nas organizações chama-se juízo estético. Ele representa a expressão da nossa apreciação ou rejeição de algum aspecto percebido pelas nossas faculdades sensoriais. Exemplos simples e expressos que evocam os juízos estéticos são vivenciados todos os dias nas organizações. É comum ouvir “que trabalho bonito”, “que cheiro ruim”, “ficou engraçado”, “gostei do *layout*”: frases nos ajudam a compreender como o juízo estético é parte do cotidiano organizacional.

O termo “juízo” (*judicium*), em sua origem latina, envolve a capacidade de julgar sobre algo a qual não é possível realizar prova lógica. Mesmo assim, não é uma atividade arbitrária, mas uma forma subjetiva de um ator qualificar uma realidade organizacional. O juízo surge da sensação percebida pelo que é visto, ouvido, degustado. Mas essa percepção não se limita apenas aos órgãos dos sentidos, pois é também uma construção social e coletiva (STRATI, 2007a).

Apesar de a estética kantiana não ser útil para a abordagem estética das organizações pois “adota uma perspectiva que difere da visão fenomenológica, existencialista, hermenêutica e desconstrutivista” (STRATI, 2007a, p. 169), Kant nos ajuda a entender três aspectos essenciais para a compreensão do juízo estético. O agradável é aquilo que “engrandece a pessoa humana”, o belo é o que proporciona o prazer e o bom é o que é valorizado, pois é aprovado (STRATI, 2007a, p. 170). O juízo estético, de acordo com a

construção social do sujeito, leva em consideração o agradável, o belo e o que tem valor moral.

Como exemplo de juízo estético, apresentamos a análise de Brillat-Savarin (1995) sobre a sensação do gosto. O autor explica a influência do olfato na formação do gosto e categoriza a sensação deste em três fases: (1) sensação direta – é a primeira impressão resultante da apreciação do alimento pela parte anterior da língua; (2) a sensação completa - quando o alimento passa ao fundo da boca e cobre toda a língua com o gosto e o odor; (3) “sensação *refletida* é o julgamento feito pela alma sobre as impressões que o órgão lhe transmite” (Brillat-Savarin, 1995, p. 47). Esse julgamento de que o autor fala é a própria expressão do juízo estético. Para ficar ainda mais claro, vamos apreciar o exemplo que o autor nos proporciona:

Quem come um pêssego, por exemplo, é primeiro afetado agradavelmente pelo odor que ele emana; colocá-lo na boca e experimenta uma sensação de frescor e acidez que o incita a continuar; mas é somente quando engole e o bocado que passa sob o orifício nasal que o perfume lhe é revelado, completando a sensação que deve causar um pêssego. Enfim, é só depois de ter engolido, e julgando o que acaba de sentir, que ele diz a si mesmo: “Esse está delicioso!” (Brillat-Savarin, 1995, p. 47).

Apesar de o autor começar apresentado um aspecto fisiológico (que não é o objeto da discussão deste trabalho), a “sensação refletida” demonstra a própria expressão do juízo estético.

Na formação do juízo estético dois aspectos são considerados: o sujeito que julga e a organização julgada e o que permite essa relação é a utilização da categoria estética. Logo, compreender as categorias estéticas envolve uma sobreposição entre vida organizacional, juízo estético e categorias estéticas (STRATI, 2007a). Os sujeitos imersos em uma realidade organizacional fazem uso da sua percepção e julgam se o que veem, ouvem, experimentam, cheiram e sentem é bom ou ruim e ao expressá-lo fazem uso dos mais variados adjetivos. Na próxima seção, são apresentadas as categorias estéticas para uma melhor compreensão do juízo estético e da estética organizacional.

2.2.1.2 Categorias estéticas

Anteriormente, os estudos sobre estética em organizações não faziam menção detalhadas das categorias estéticas, com exceção do belo que era sempre explorado. Antonio Strati tem inovado explorando as categorias em seus trabalhos (1992, 1999, 2007a) por compreender que são essenciais. No Brasil, outros autores já seguiram o mesmo caminho, como é o caso de Oliveira (2012) e Lopes, Souza e Ipiranga (2014).

As categorias estéticas são intrínsecas à vida organizacional, pois fazem parte da linguagem cotidiana utilizada pelas pessoas que formam a organização, como também pelo pesquisador. São adjetivos adotados pelos atores organizacionais para expressar sua percepção em relação à vida cotidiana na organização e fazem parte da experiência do pesquisador quando emerge na vida organizacional e quando participa do dia a dia da organização investigada. Portanto, contribuem de forma explícita para a compreensão do conhecimento organizacional porque são a própria expressão desse conhecimento (STRATI, 2007a). Os estudiosos organizacionais dispõem das categorias como sendo uma forma muito útil para orientação, permitindo análises mais precisas e ajudando o pesquisador a perceber que o conhecimento estético difere do racional (STRATI, 2000).

As várias formas de vivenciar a experiência estética nas organizações são representadas pelas categorias. É interessante perceber que a própria estética não só transforma as organizações, mas também a forma como a contemplamos. As categorias nos permitem uma compreensão mais ampla do conteúdo estético. Da mesma forma que a pesquisa instrumental pergunta sobre a eficiência e a eficácia e que a ética pergunta sobre o certo e o errado, a estética pergunta sobre as categorias estéticas. Assim, emerge o belo, o cômico, o grotesco, entre outras (TAYLOR, HANSEN, 2005).

Sabe-se que, nessa abordagem, a atenção se volta para a categoria, mas uma análise unicategórica não produz grandes resultados, pelo contrário, limita a análise organizacional. Mais precisamente, como explica Strati (2007a, p. 180):

“(...) cada categoria estética em si mesma não exaure todo conhecimento de determinado contexto organizacional. Ou seja, nenhuma delas considerada em separado produz uma compreensão completa da organização investigada. Ao contrário, cada uma delas convida à utilização de outras categorias estéticas.”

No entanto, cabe destacar que ainda existem debates teórico-filosóficos sobre esta questão, pois enquanto alguns acreditam que exista a necessidade de diversas categorias, outros compreendem que apenas o belo é suficiente. Na verdade, a multicategorialidade surge da negação da hegemonia do belo sobre o feio. Assim, no século XX, surge a multicategorialidade como um fenômeno complexo que separa a estética da beleza, defendendo a existência de valores estéticos múltiplos (STRATI, 2007a).

Na literatura existe uma diversidade de categorias, mais precisamente entre 6 e 64 (STRATI, 1992), dentre as quais destacam-se o feio, o belo, o sublime, o gracioso, o trágico, o pitoresco, o cômico, o sagrado, e as categorias agógicas que se referem ao ritmo. E cada categoria se relaciona com as faculdades perceptivas de ouvir, ver, degustar, tocar, cheirar e

sentir.

As categorias adotadas pela abordagem da estética organizacional propõem um caminho para a análise da vida organizacional. Apesar de sua raiz teórica ter como base a filosofia e da teoria da arte, elas são autônomas pois representam uma hibridização, uma evolução própria da teoria organizacional. Com o objetivo de melhor apresentar as categorias estéticas organizacionais, na sequência são feitas breves descrições de cada uma delas. (STRATI, 2007a).

A **beleza** tem importância especial para o estudo das organizações, também denomina a categoria do “belo”, e tem recebido uma variedade de definições como luminosidade, simetria, capacidade de atrair ou enganar, força percussiva, entre outras (STRATI, 2000). A beleza pode ser aplicada a uma grande quantidade de contextos, envolve o conhecimento direto por meio das experiências e do que os próprios atores organizacionais compreendem como belo (STRATI, 1992).

O **sagrado** envolve os fenômenos lendários e fantásticos que representam aquilo que é maravilhoso, inexplicável, invisível, incomum, inesquecível, excepcional e divino. Representa as características invisíveis e visíveis do divino. A categoria do sagrado é advinda do relacionamento com o divino e seu poder, como também expressa a ideia de que realidade e ficção não são marcadamente separadas na experiência estética do sujeito na organização (STRATI, 2000, 2007a).

O **trágico** é a categoria que enfatiza tudo que é heroico e coloca em evidência as paixões individuais e coletivas na rotina da organização. A tragédia exige um comportamento de enfrentamento, uma atitude heroica frente aos desafios da resistência e do desconhecido, a qual não precisa ser moral, mas é estética e lúdica. Pode ser exemplificado com um líder que investe tudo, mesmo contra as probabilidades, um grupo de trabalho que permanece unido e luta por melhores condições na fábrica, trabalhadores que se posicionam contra uma aquisição ameaçadora (STRATI, 2000, 2007a).

O **pitoresco** pode se referir a paisagens grosseiras e rústicas, que são bizarras e incomuns, como também para descrever uma ação cotidiana colorida, agradável e incomum, que evoca emoções estéticas e se relaciona com outras paisagens familiares. O pictórico é uma esfera que nos parece bizarra e estranha e ao mesmo tempo divertida e lúdica. O pitoresco nos remete sempre a algo familiar que nós apreciamos, já observamos, sentimos ou experimentamos (STRATI, 2000, 2007a).

O **feio** relaciona-se diretamente com o belo, assim, a ausência do belo é denominado feio. A feiura ameaça a beleza e, por esse motivo, deve ser eliminada. Provoca

mal estar, é perigosa, agressiva, chocante, impura, assimétrica, desagradável e repugnante. Feio é tudo aquilo que resulta de ódio e desprezo. A feiura não é escolhida para a organização, mas de alguma maneira emerge, mesmo com todos os recursos embelezadores advindos da cultura organizacional. É feio tudo aquilo que não deveria existir nas organizações, como as relações não saudáveis entre chefe e subordinados ou entre pares, um trabalho feio por causa do seu conteúdo ou mesmo um ambiente físico feio (STRATI, 2000, 2007a).

O **cômico** é a expressão do grotesco na vida organizacional. A ironia, o riso, o sarcasmo, o senso de humor. O grotesco e o ridículo são feios, mas como recebe um elemento do humor se tornam mais leves. São ironias feitas entre colegas, brincadeiras no lugar de piadas malvadas, comentários “espirituosos” no lugar das fofocas. Esses acontecimentos representam o cômico. O cômico é muito relacionado com o feio, mas é aliviado pela comédia. As organizações são repletas de elementos cômicos, as ditas “piadas internas”. Algumas vezes alguns chefes começam uma reunião contando um fato bem humorado mesmo ou zombarias com os aspectos formais da organização (STRATI, 2000, 2007a).

As **categorias agógicas** estão relacionadas com o ritmo. Debruçam-se sobre todo o ritmo das atividades organizacionais, relacionam-se com o andante da música, com a ordenação da sequência dos passos de dança, com os movimentos em uma pintura, bem como o tempo de pico e folga de trabalho, o desdobramento de um processo decisório, o movimento dos dedos em um teclado de computador, os intervalos para o café em um dia de trabalho (STRATI, 2000, 2007a; RINK, 2012).

O **sublime** é a categoria que mais se aproxima do belo. É o produto da nobreza de uma alma que se apega à santidade e à pureza. Valoriza a retidão moral, a dignidade e a nobreza de espírito na vida organizacional. É muito controversa, pois se relaciona com o êxtase e a perturbação, o prazer misturado com a dor, de alguém que experimenta a estética de um evento organizacional. Refere-se ao *pathos* dos artefatos materiais e não materiais presentes na vida organizacional, como também do *pathos* do sentimento estético de um evento que faz ou não parte do trabalho ou da organização (STRATI, 2000, 2007a).

O **gracioso** é muito importante para o estudo das organizações, sendo uma categoria muito presente. Pode ser representada pela elegância das relações pessoais no trabalho, pela cortesia, simpatia, gentileza e evoca ao mesmo tempo beleza e charme. É o prazer visual e auditivo provocado pelas pessoas, pelos artefatos. Coloca em evidência a gentileza e o charme das pessoas e do trabalho que elas realizam. Graça provoca conforto e ao mesmo tempo surpreende e encanta, é doce e terna. Manifesta-se, por exemplo, no sorriso da comissária de bordo, no cuidado com que as camas são feitas no hotel, na prestação de um

serviço público (STRATI, 2000, 2007a).

2.3.2 Principais estilos de pesquisa em estética organizacional

Os estudos sobre a estética da vida organizacional são melhor compreendidos quando se adotam estratégias de pesquisa adequadas. Strati e Guillet de Montoux (2002) propõem, inicialmente, três metodologias com as quais o pesquisador pode estudar a estética nas organizações. Em 2010, Strati (2010) atualiza a classificação, explicando melhor as metodologias identificadas na literatura, e apresenta a quarta desenvolvida por Guillet de Montoux. As diferenças entre as metodologias se referem à postura do pesquisador e as características estéticas que recebem atenção deste. O Quadro 3 apresenta as metodologias propostas.

Quadro 3 - Quatro principais estilos de pesquisa organizacional

Abordagem de pesquisa	Raiz Autoral	Estilo do pesquisador	Ênfase	Potencialidades	Limitações
Arqueológica	Berg (1987)	Aparência de um arqueologista e/ou historiador de arte utilizando métodos qualitativos	O simbolismo da arte e da estética na vida organizacional	O lado estético das culturas organizacionais e a gestão simbólica das organizações.	Estética está subordinada ao simbolismo.
Empática-lógica	Gagliardi (1996)	Imersão empática seguida pela interpretação empática e lógica, além de uma ilustração lógico-analítica dos resultados.	O <i>pathos</i> dos artefatos organizacionais.	Conhecimento pré-cognitivo da organização e o controle organizacional baseado no <i>pathos</i> dos artefatos.	A estética é traduzida em descrições lógico-analíticas.
Estética	Strati (1992)	Empático, baseado em entendimento, observação participante imaginária, juízo estético, processo evocativo de conhecer, “texto aberto” para comunicar resultados.	A negociação coletiva cotidiana da estética organizacional.	O materialismo da vida organizacional cotidiana, assim como as interações do pesquisador com os atores organizacionais e com outros pesquisadores da área.	A estética está baseada em um conhecedor do campo, um <i>expert</i> .
Artístico	Guillet de Monthoux (2004)	Hibridismo da energia criativa do artístico e a capacidade de raciocínio.	A criatividade e a participação das interações organizacionais.	O desempenho artístico em gerenciar processos organizacionais.	A estética está presa à arte.

Fonte: Adaptado de Strati (2014, p.184)

A **abordagem arqueológica** carrega a metáfora de um pesquisador como arqueólogo e/ou historiador da arte. A estética é investigada por meio da cultura, do simbolismo, do artefato e dos espaços, todos profundamente ligados à identidade organizacional, constituindo-se, por esse motivo, em uma metodologia poderosa. A abordagem **empática-lógica** coloca em evidência o conteúdo emotivo que os artefatos organizacionais podem proporcionar, dado que estes podem expressar uma realidade organizacional. O procedimento se desdobra em três etapas: (1) **imersão** no contexto organizacional, responsável por possibilitar ao pesquisador **observação** empática, o pesquisador se questiona sobre as sensações experimentadas e as nomeia; (2) **interpretação** das sensações experimentadas, traduzidas em textos e desenhos, equilíbrio entre conhecimento empático e distanciamento analítico; (3) **análise** dos achados, abandonando o conhecimento empático e adotando o lógico-analítico (STRATI, GUILLET MONToux, 2002; STRATI, 2007a; STRATI, 2010; LOPES, 2014).

A **abordagem estética** clareia a negociação coletiva, social, constante da estética no cotidiano organizacional. O pesquisador escolhe um assunto para estudar de acordo com seu gosto estético, ativa as suas faculdades sensoriais e seu juízo estético para partilhar as atividades dos atores organizacionais. Assim, sente, ouve, vê, percebe e, em seguida, revive as experiências ao transcrever o material coletado, escrevendo um texto aberto que reflete as escolhas estéticas do pesquisador. Ler o texto é capaz de evocar a imaginação de uma observação participante do fenômeno organizacional estético estudado (STRATI, GUILLET MONToux, 2002; STRATI, 2010).

A **abordagem artística** preocupa-se com a criatividade, com o conteúdo lúdico, com a performance artística, com o "como" a experiência artística no ambiente organizacional pode reunir informações sobre a gestão dos processos organizacionais, mesmo quando ela não é intencional nem apresenta conteúdo do domínio da arte (STRATI, 2010).

As abordagens representam uma classificação desenvolvida por Strati para aportar algumas possibilidades metodológicas dentro da estética para a realização da pesquisa organizacional. Assim, vários caminhos o pesquisador pode seguir, sem, no entanto, estabelecer fronteiras fixas entre as abordagens (BISPO, 2014). Esse aspecto torna-se muito claro quando Strati e Guillet de Montoux (2002) e Strati (2010; 2014) explicam as semelhanças e diferenças entre elas.

As abordagens apresentam muitos aspectos em comum. Por outro lado, muitos aspectos organizacionais extrapolam os limites das abordagens. Em relação às três primeiras metodologias, por exemplo, a preocupação com estética organizacional é central. O

conhecimento estético permite um ambiente organizacional propício ao cheirar os seus odores, ver a beleza e também construir o juízo estético, sendo repelido pela feiura, divertindo-se com o grotesco e chateando-se com a tragédia (STRATI, GUILLET MONToux, 2002; STRATI, 2010). De forma geral, todas as abordagens criticam o estudo das organizações do ponto de vista gerencial e a ruptura com as tradições clássicas de pesquisa nos estudos organizacionais e de gestão (STRATI, 2014).

As diferenças entre as abordagens denotam a aproximação da arqueológica com a cultura, já a empática-lógica preserva nos estudos sobre estética organizacional o caráter analítico. A abordagem empática está preocupada com o conhecimento especializado, seja ele individual ou coletivo, da organização e do pesquisador. A artística expressa que a reflexão só é útil se for baseada nos fenômenos sociais do mundo das artes. Outros aspectos dizem respeito à primeira abordagem, que não tem intenção de criar conhecimento, como também não expressa a participação do pesquisador como parte ativa no processo estético. Nas demais, esta característica também pode ser observada. Outras pequenas diferenças referem-se ao fato do contexto em que as organizações podem ser utilizadas: para ser apenas apreciado ou para levantar a compreensão da vida organizacional (STRATI, GUILLET MONToux, 2002; STRATI, 2010)

As quatro abordagens de pesquisa ajudam os pesquisadores a observar melhor o campo, conseguir obter dele toda sutileza que a estética organizacional apresenta e seus aspectos mais minuciosos. Ao imergir na realidade organizacional, o pesquisador começa a compreender melhor como as organizações se apresentam *per se*.

O entendimento sobre estética organizacional acontece dentro do grande campo da sociologia e das ciências sociais. O debate é intenso sobre os pressupostos epistemológicos para a pesquisa empírica, as perspectivas analíticas e a teoria. Dentro desse debate, dois aspectos tornam-se salientes, os quais são compartilhados por vários estudos no campo das práticas sociais: a corporeidade e o conhecimento. Estes aspectos são componentes teóricos intrinsecamente incorporados ao campo e sem os quais torna-se complexo compreender a estética organizacional. São elementos que podem fornecer informações preciosas sobre uma realidade situada e que auxiliam o pesquisador na compreensão da vida organizacional estética. O tópico a seguir apresenta a corporeidade e sua relação com a estética e com o conhecimento. Nos tópicos seguintes, avança-se nos assuntos sobre a aprendizagem como prática, o conhecimento, o conhecimento como prática e, finalmente, a explicação para o conhecimento sensível.

2.3.3 A corporeidade

A corporeidade se relaciona com a aceitação de que o corpo tem a capacidade de se relacionar socialmente e de conhecer por meio das faculdades sensoriais. O mundo social é encarnado, pois as práticas sociais e a ação cotidiana é a vivência por meio do corpo. A abordagem teórica utilizada para explicar a corporeidade é a fenomenológica pós-husserliana de Merleau-Ponty (1999), que oferece uma resposta ao cartesianismo e a ao mentalismo. Ela está alinhada aos pressupostos das práticas sociais, assim como da estética e da aprendizagem, compreendendo o corpo como um sistema de ação com o mundo (YAKHLEF, 2010).

Bertolin, Cappelle e Brito (2014), explicam que o corpo é uma forma que a pessoa tem de se expressar, de agir, de construir significado com o outro. Assim, a relação social é corporificada e encarnada. A ação social é intermediada pelo corpo e é por meio dele que se expressa a subjetividade do “Eu”.

Nesse contexto, Merleau-Ponty (1999, p. 474) explica como acontece a relação do “eu” com o “outro” por meio do corpo:

“Sinto meu corpo como potência de certas condutas e de um certo mundo, (...) é justamente meu corpo que percebe o corpo de outrem, e ele encontra ali como que um prolongamento (...) de suas próprias intenções, uma maneira familiar de tratar o mundo; (...) como as partes de meu corpo (...) o corpo de outrem e o meu são um único todo, o verso e o reverso de um único fenômeno”.

Portanto, a corporeidade é vista como um aspecto fundamental, pois é o corpo que permite ao homem o conhecimento sensível do outro e do mundo e é por meio dele que é possível se relacionar profundamente com o outro e com os materiais (CAPELLE *et al*, 2014).

A ação e a percepção agem em conjunto na experiência corporal de maneira não mediada pela mente. A nossa percepção corporal é uma capacidade de resposta pré-reflexiva. O que alcança sentido em nossa percepção não é mediado pela mente, mas pela experiência anterior e pelo contexto cultural. Assim, nossa percepção sensorial se baseia no repertório corporal do que já foi dito e experimentado no passado (ESSÉN, VÄRLANDER, 2013).

A corporeidade está imersa na prática social. As práticas também são vistas primeiramente como corporais e são reproduzidas de acordo com o processo de conhecer (*knowing*). Bertolin *et al* (2014), afirmam que a corporeidade é essencial na compreensão da aprendizagem organizacional, pois o corpo possibilita o conhecimento sensível e tácito. Strati (2007b) explica que as teorias da prática possibilitaram novas formas de estudar conhecimento estético e aprendizagem nas organizações (STRATI, 2007b). A próxima seção aborda a aprendizagem social na perspectiva situada.

2.4 APRENDIZAGEM SOCIAL NA PERSPECTIVA SITUADA

Imagine que é o seu primeiro dia na pós-graduação. Depois de participar da aula inaugural e de dois ou três meses de espera, você está diante de uma nova etapa, com novas responsabilidades, novas oportunidades, novos desafios, em um novo contexto social. Finalmente, após comemorar a conquista de ter a oportunidade de entrar em um curso que irá lhe proporcionar mais uma etapa na construção de um “ser” profissional. Imagine que chegou o grande dia, o primeiro dia, a nova fase. Embora você já tenha passado em vários ambientes de ensino (escola, faculdade, curso de idiomas, curso de música ou de esporte), nenhum contexto é exatamente igual, a convivência social na escola era diferente da faculdade, assim como a convivência no curso de idiomas era diferente do curso de música.

Desse modo, você começa a perceber que, se quiser ser reconhecido pelos seus colegas e professores como o profissional que você deseja ser, terá que aprender as novas regras de convivência social e esse aprendizado só ocorre se é posto em prática, mesmo que em algumas situações você não as considere importantes para fazer parte da nova comunidade, você terá que aprender a fazer “o que” e “como” os seus pares e superiores fazem. É disso que se trata aprendizagem social. Muito mais que aprender a se comportar, envolve aprender a produzir e reproduzir, aprender a se inserir na prática dos atores sociais de uma comunidade.

Antes de nos debruçarmos sobre a aprendizagem social, é importante compreender de que necessidade ela nasce e quais lacunas teóricas visa preencher. Assim, entenderemos melhor como a aprendizagem se relaciona com as práticas, assumindo antecipadamente que, neste estudo, a aprendizagem é uma prática.

A aprendizagem organizacional começou a se desenvolver, nas décadas de 1950*, como um conceito metafórico que uniu dois termos “aprendizagem” e “organização”. A empreitada foi bem sucedida, dado que tem recebido o foco de muitos estudos nos últimos 30 anos, tornando-se inclusive um campo multiparadigmático (GHERARDI, 2000; ANTONELLO, GODOY, 2010). Antonello e Godoy (2010) realizaram uma pesquisa para identificar as bases teóricas e filosóficas do conceito e descobriram que os estudos são muito diferentes na área de administração. Mesmo assim, esse fato não é necessariamente um problema, pois a administração é um campo aplicado e multidisciplinar. A principal preocupação deve ser com o desenvolvimento da teoria, com a adoção de uma postura que

* Antonello e Godoy, (2010, p. 312) falam em “contribuições seminais nos anos 50 e 60”, já Gherardi (2000, p. 212) diz “The discouse (...) arose in the 1970s”.

acomode diferentes representações da temática.

Ao mesmo tempo, quando falamos em aprendizagem organizacional, durante muito tempo a visão predominante era cognitivista e comportamental, ou seja, centrada no indivíduo. A aprendizagem era apresentada basicamente de duas formas: como aquisição de conhecimento individual ou como desenvolvimento individual. A aprendizagem como aquisição de conhecimento individual estudava como o homem armazenava conceitos, habilidades e comportamentos para, em seguida, dizer como ele poderia agregar valor à organização por meio dessa capacidade. A aprendizagem como desenvolvimento individual, apesar de ter um enfoque construtivista porque respeita a história do indivíduo e busca construir significado, mantém como centro o viés estático e mentalista, o que compromete a interação com outras pessoas, mantendo a autonomia da linguagem e dos artefatos (FLACH, ANTONELLO, 2011).

Paralelamente, Brown e Duguid (1991) concluíram que o que as pessoas fazem em uma organização é diferente do que está prescrito nos manuais de gestão de pessoas e que os treinamentos e os procedimentos operacionais não são suficientes para explicar tudo o que as pessoas fazem nas organizações. Isso porque os treinamentos são realizados em situações ideais muito diferentes do ambiente real de trabalho e porque também muitas vezes não se alcança um processo de aprendizagem de fato nos treinamentos. Assim, as pessoas dependem muito mais do que aprendem na prática cotidiana em relação ao que aprendem em treinamentos para realizar o seu trabalho (BROWN, DUGUID, 1991).

Um terceiro motivo para o estudo da aprendizagem em uma perspectiva social foram as recomendações feitas por Antonello e Godoy (2010, 2011). No Brasil, como já citado, estas autoras realizaram um mapeamento sobre como os estudos sobre a aprendizagem têm se desenvolvido e, ao final, fizeram quatro recomendações para os pesquisadores da área. São características que precisam ser debatidas ou resgatadas, buscando solidificar o conceito de aprendizagem organizacional para basear os estudos empíricos (ANTONELLO; GODOY, 2011). O Quadro 4 apresenta essas recomendações.

Quadro 4– Recomendações para pesquisas em aprendizagem organizacional

Característica	Recomendação	Observações
Nível da aprendizagem	Considerar a aprendizagem individual e em grupos nas organizações	A aprendizagem deve ser considerada explicitamente como um fenômeno interpessoal. As análises podem ser realizadas em grupo ou organizacional. Uma outra opção é considerar os vários níveis de análise em um mesmo estudo, diferenciando e explicando as diferenças entre aprendizagem individual e grupal ou organizacional.
Neutralidade da meta	Assumir que uma aprendizagem pode ser negativa em algum sentido, antes de assumir que é prioritariamente positiva	Muitas vezes a aprendizagem é assumida como algo positivo, ou na operacionalização, ou na conceituação, o que não corresponde à realidade, trivializando a aprendizagem.
Noções de Mudanças	Separa aprendizagem de mudança a nível teórico	Aprendizagem e mudanças são relacionados, mas essas relações, associações e consequências devem ser demonstradas empiricamente e não assumidas teoricamente <i>a priori</i> .
Natureza processual da aprendizagem	Aprendizagem deveria ser estudada como um processo	Deve-se considerar a aprendizagem como um processo aberto. Quando é vista como tal, ressalta-se a sua forma dinâmica de transformação e não uma estrutura fixa.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Antonello e Godoy (2011).

As autoras explicam que uma forma de vencer os desafios encontrados é estudar a aprendizagem como prática, que considera os aspectos processuais, se preocupa em estudar como o conhecimento é construído e transformado, levando em consideração as comunidades de prática e a participação periférica legitimada (ANTONELLO; GODOY, 2011).

A aprendizagem como prática estuda as organizações em nível grupal e organizacional, explicando que, quando ocorre aprendizagem, ela é contextual. A aprendizagem organizacional como prática também pode ser boa ou ruim, dado que uma comunidade profissional pode fazer um julgamento normativo moral que não corresponda a moral de outra comunidade. A aprendizagem não é assumida teoricamente como mudança. Embora possa existir mudança na aprendizagem, não existe qualquer comprometimento *a priori*, até porque as práticas são situadas. E, finalmente, mas não menos importante, a aprendizagem como prática é um processo dinâmico, na qual estão imbricados elementos humanos e não humanos.

Diante desse contexto, um debate emergente tem acontecido no cenário internacional. A aprendizagem tem sido compreendida em uma perspectiva social, baseada na ideia de prática. A aprendizagem como prática não engloba apenas as atividades e rotinas, mas também considera o importante papel da linguagem, dos artefatos materiais e culturais, as interações sociais, situadas e tácitas dos atores sociais dentro de uma rede (FLACH, ANTONELLO, 2011). Portanto, a aprendizagem social expressa como uma prática se

relaciona ao fazer (*doing*) e ao conhecer (*knowing*) humano (BISPO, 2013a; AZEVEDO, 2013). Esse fazer e conhecer só acontece no agir. A prática representa a união do conhecimento com a ação. Dito de outro modo, “a ação cria o conhecimento formado na própria ação e por meio dela” (GHERARDI, 2014a, p.7).

A aprendizagem social pode ser representada, explicada e construída pela relação entre três conceitos teóricos que se entrelaçam entre si: participação periférica legitimada e comunidade de prática, desenvolvidos por Lave e Wenger (1991), e currículo situado, desenvolvido por Gherardi (GHERARDI; NICOLINI; ODELLA, 1998).

A aprendizagem social é vista como uma atividade situada em que aprender acontece por meio do processo denominado participação periférica legitimada. Esta atividade acontece quando um novato, ou seja, alguém que está começando a desenvolver uma atividade em grupo, desloca-se da periferia de uma prática para o seu centro. A participação periférica legitimada explica o processo de socialização que ocorre na aprendizagem como prática, ou seja, como alguém aprende a se tornar um praticante de uma prática sociocultural (LAVE, WENGER, 1991; WENGER, 2000).

A participação periférica legitimada não é um método de ensino, mas uma categoria analítica que permite uma melhor compreensão de como a aprendizagem ocorre em diferentes contextos dentro da prática social. Tal premissa não busca uma generalização da teoria, mas preserva-se o caráter situado, em que a aprendizagem é tida como única dentro de cada contexto. Assim, a aprendizagem na prática pode acontecer em qualquer espaço, desde que exista um contexto social, dentro de uma comunidade de músicos, em um grupo de arquitetos, em uma comunidade profissional de enfermeiros, etc. (LAVE, WENGER, 1991; WENGER, 2000).

Nesse contexto, três termos tornam-se indispensáveis à compreensão do tema: “participação”, “periférica” e “legitimada”. Embora o conceito seja único e deva ser estudado dessa forma, saber o que exatamente Lave e Wenger (1991) queriam dizer quando escolheram esses termos para compor o conceito representa um aprofundamento sobre o tema. O Quadro 5 explica o significado de cada termo da abordagem.

Quadro 5 – Termos do conceito de participação periférica legitimada

Termo	Significado
Participação	A aprendizagem acontece sempre em interação com uma comunidade.
Periférica	Indica que existem muitas maneiras de se engajar em uma comunidade, ou seja, existem muitas áreas para se engajar, a periferia indica a localização no mundo social. Periférico carrega, ainda, dois aspectos, o caráter positivo e dinâmico.
Legitimada	Não existe aprendizagem sem legitimação, assim, o recém chegado só aprende quando ele é legitimado pelo grupo.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Lave e Wenger (1991).

Explicando melhor, quando se discute algo periférico legitimado, precisamos deixar claro que não existe necessariamente um centro e a trajetória não ocorre da periferia para “esse” centro. O que ocorre, na verdade, é que a prática acontece em um certo número de lugares sociais e nesses “lugares” o poder e a influência são diferentes. Assim, os novatos aprendem com mentores, com os pares e com outros novatos, porque esse processo envolve interação. E cada interação corresponde a uma oportunidade de aprendizagem de construir ou modificar a prática. O que difere são as relações de poder. Um recém-chegado não tem tanta responsabilidade com o produto final do trabalho quanto um membro mais antigo (LAVE, WENGER, 1991; NICOLINI, 2013).

De acordo com Nicolini (2013), a participação periférica legitimada é como um processo social específico e identificável em que o aprendiz se engaja efetivamente em um uma prática contínua, uma forma específica de participação que implica em responsabilidade parcial pelo produto final. Por meio deste processo, o aprendiz obtém acesso ao conhecimento que é socialmente sustentado na prática em transmissão, assim como adquire a sociabilidade com os demais membros da comunidade e sustenta a atividade. Esse não é um processo cognitivo, mas social, que envolve engajamento, aproximação, inclusão e desenvolvimento de identidade.

Por conseguinte, o trabalho de Lave e Wenger (1991) contribui muito para o desenvolvimento da aprendizagem social e possibilitou o esclarecimento de pelo menos dois aspectos importantes: a) a aprendizagem não é separada da atividade, ou seja, ocorre na prática, sendo uma forma de participar do mundo social; b) a aprendizagem não é acidental, pois a teoria destaca as formas de engajamento que esclarece as condições e as barreiras para aprendizagem que não acontecem no contexto social isoladamente, mas no engajamento com ele.

Aqueles que se envolvem na participação periférica legitimada estão dentro de uma comunidade de prática, que é uma rede formada por todos os atores que participam da prática.

É na comunidade onde o novato precisa se aproximar da periferia até o centro. É na e para comunidade que o novato precisa se legitimar. A socialização é um aspecto decisivo para a formação da comunidade. Nela, os novatos têm acesso aos comportamentos dos veteranos: como eles trabalham, conspiram, do que gostam, não gostam, o que respeitam, enfim, o que é socialmente aceitável. Apenas quando o aprendiz novato se legitima é que ele começa a fazer parte da comunidade (LAVE, WENGER, 1991).

A aprendizagem corresponde à capacidade de a prática se perpetuar ao longo do tempo. A prática é uma tradição perpetuada por um processo de aprendizagem que ocorre por meio do engajamento e da participação em uma comunidade ativa (NICOLINI, 2013).

A aprendizagem no local do trabalho é melhor compreendida como uma comunidade de prática. Os trabalhadores se tornam profissionais quando eles aprendem não *sobre* a prática, mas quando eles aprendem *na* prática. Eles aprendem um jeito peculiar de funcionar na comunidade, aprendem a falar “a língua” da comunidade, eles adquirem a capacidade de aprender normas e valores não inscritos, não explícitos mas fundamentais, e de se comportar como a comunidade (BROWN; DUGUID, 1991; GHERARDI, PERROTTA, 2011).

Mesmo o termo “comunidade de prática” apresentando grandes contribuições para a compreensão da aprendizagem social, recebeu várias críticas. A principal refere-se ao caráter prescritivo do termo “comunidade”, o que resultou na sugestão de Conrardi, Gherardi e Verzelloni (2010) de alterar o termo para “práticas de uma comunidade”. Os autores explicam que, quando usado da forma tradicional, a ênfase na comunidade sugere que esta determina as práticas e defende que, quando utilizado o termo “práticas de uma comunidade”, a ênfase recai nas práticas. Assim, as práticas proporcionam a aproximação das pessoas, dos artefatos e as relações sociais.

Em contrapartida, Nicolini (2013, p. 94) reconhece a legitimidade das críticas e afirma que é a “prática que realiza comunidade e não o contrário” e prefere manter o termo “comunidade de prática” por considerar mais prudente para o desenvolvimento do campo de conhecimento. A sua decisão justifica-se pela grande popularidade que o termo possui. Segundo a autora, a solução é manter o termo, mas carregá-lo de ênfase na prática, explicando, por exemplo, que uma comunidade de prática é a comunidade de praticantes que está constantemente envolvida com a prática, ou ainda, que é a preocupação com a prática que orienta a conduta das pessoas.

Ademais, Lave e Wenger (1991) estabeleceram o conceito de currículo de aprendizagem para denominar o conjunto de atributos e conhecimentos que os novatos

deveriam aprender para se tornarem praticantes de uma comunidade específica.

Do mesmo modo, Gherardi (2006, 2012), utilizou o conceito de currículo situado para explicar de maneira mais clara os padrões de aprendizagem impostos pelo grupo ao novato. Para se engajar no grupo, ou seja, tornar-se membro da comunidade, os novatos precisam aderir a um sistema específico de práticas e atividades no trabalho, que podem ser econômicas, simbólicas ou materiais. Assim, o currículo situado é um passo à frente no desenvolvimento do conceito de currículo de aprendizagem.

Partindo desse pressuposto, Bispo (2013a, p. 148) explica a sua compreensão sobre o conceito de currículo situado:

“Nosso entendimento sobre esse conceito é que a comunidade forma ao longo do tempo um currículo (conteúdos) que deve ser aprendido pelo novato para que ele possa alcançar o *status* de membro efetivo daquele grupo determinado e possa a partir daí transmitir seu conhecimento para os futuros ingressantes. O currículo situado possui sempre um caráter tácito”.

Inclusive porque, ao adentrar em uma organização, cada profissional têm o seu currículo de aprendizagem, aprendido em sua formação, útil principalmente para o desenvolvimento técnico, como também o seu repertório próprio de experiências vivenciadas. Já o currículo situado é tudo que há de novo (normas, sistemas, conteúdos da organização, aspectos simbólicos) que o novato precisa aprender para tornar-se membro da comunidade. A próxima seção apresentará o conhecimento como prática, o conhecimento sensível e a formação do gosto.

2.5 DO CONHECER NA PRÁTICA AO CONHECIMENTO SENSÍVEL E A FORMAÇÃO DO GOSTO

Os laboratórios são parte integrante do currículo dos cursos de gastronomia, servindo para que os alunos disponham de aulas práticas. Para justificar a obrigatoriedade dos laboratórios, poder-se-ia imaginar que o motivo básico para isso seria que o conhecimento em gastronomia é tão prático que o aluno precisa experimentar. Ou seja, embora existam receitas, fichas técnicas, livros, aulas e professores, a área de gastronomia mostra que, para ser um bom *chef* de cozinha, é preciso cozinhar. Aprender a cozinhar envolve um conhecimento prático. Não basta saber, torna-se necessário saber colocar na prática. O cozinheiro precisar ter um sentido, uma percepção que, embora seja complexa de se explicar, e por vezes ele não consiga, na prática funciona. Aprender a cozinhar envolve também o uso dos cinco sentidos, ou seja, é o conhecimento por meio das faculdades perceptivas. É sobre esse conhecimento

tácito e prático que esta seção trata.

O conhecimento pode ser compreendido de diversas formas. Nos estudos organizacionais e na administração, o conhecimento é estudado por duas correntes diferentes: a gestão do conhecimento (*knowledge*) e conhecimento organizacional (*knowing*). A gestão do conhecimento considera que este pode ser criado na organização. Nesse sentido, o maior desafio é passar o conhecimento que está na mente das pessoas para os bancos de dados da empresa e, desta forma, o conhecimento é capturado, armazenado e transmitido. Já o conhecimento organizacional ocorre na prática, enquanto as pessoas fazem a ação. Essas perspectivas enfatizam aspectos distintos, mas nossa ênfase se concentra no conhecimento como prática (ORLIKOWSKI, 2002).

O conhecimento organizacional é um conhecimento pessoal — que aqui vamos chamar de conhecimento prático ou "conhecer na prática" — e que muito se assemelha ao conhecimento tácito que Polanyi (1966) desenvolveu. Diz-se que é um tipo de conhecimento que se possui, mas é de difícil explicação. É aquele conhecimento que as pessoas têm, compreendem que têm, conseguem colocar em prática, mas não conseguem explicar como fazem, sendo difícil de explicar em palavras e até em fotos.

O conhecer na prática (*knowing-in-practice*) acontece por meio da ação cotidiana, na prática. É um conhecimento de momento, da situação, provisório em essência e acontece continuamente de acordo com a interpretação da experiência ao longo do tempo, em diferentes contextos e é mediado pelas relações sociais. Assim, não pode ser compreendido como algo estável e permanente, pois não está em lugar nenhum, não é materializado em arquivos e sistemas (ORLIKOWSKI, 2002). O conhecer na prática ocorre quando o indivíduo se torna um participante em uma comunidade de prática (BISPO, 2013a).

Dessa forma, no âmbito desta pesquisa, o conhecimento é entendido como pessoal e adquirido a partir das faculdades perceptivas e ocorre de fato quando é posto em prática em uma comunidade, logo, também é um conhecimento coletivo e sociomaterial.

Nas organizações é possível perceber diversas manifestações estéticas julgadas como positivas ou negativas. O conhecimento estético se relaciona com a beleza do que pode ser visto, com o fascínio exercido ao se entrar em contato com determinado trabalho, com o ambiente organizacional que agrada, a sensação de bem estar com o que é ouvido. Mas também com o desprazer experimentado em diversas ocasiões, como as fofocas de mau gosto, o mau cheiro advindo de dentro ou do ambiente externo organizacional, os quais o indivíduo experiencia e se posiciona, não fica neutro (STRATI, 2007a).

Estudos recentes indicam que o conhecimento estético é percebido enquanto as

peessoas trabalham (EWENSTEIN, WHYTE, 2007) e acontece na prática. Estudar estética nas organizações, na vida e no cotidiano organizacional é levantar o conhecimento estético que acontece na prática (GHERARDI, 2001; STRATI, 2014). A prática possibilitou novas formas de estudar conhecimento estético e aprendizagem nas organizações (STRATI, 2007b). Adotando uma abordagem baseada na prática social, é possível identificá-lo.

É na perspectiva de um conhecimento pessoal e estético que nasce o conhecimento sensível, ou seja, aquele que possibilita conhecer profundamente por meio das faculdades perceptivas que envolvem a experiência estética. Por meio da ativação do juízo estético, chega-se ao conhecimento sensível (*sensible knowledge*) que é empírico e ainda não reflexivo. O conhecimento sensível é aquele que é percebido, julgado, produzido e reproduzido por meio dos sentidos (GHERARDI, 2001; GHERARDI, NICOLINI, STRATI, 2007; STRATI, 2007a, 2007b; BISPO, 2013b).

O conhecimento sensível é formado a partir do que podemos chamar de formação do gosto (*taste-making*) que, por sua vez, é “uma atividade situada que repousa sobre aprender e saber como apreciar desempenhos específicos de uma prática” (GHERARDI, 2013, p. 110). Esse processo de aprendizagem e de refinamento, ou seja, de aprimoramento de uma prática é o que promove a formação do gosto. Segundo Bispo (2013b), formação do gosto “é o processo pelo qual os membros de uma comunidade buscam aprimorar suas práticas por meio do *sensible knowledge*”. Ao entrar em contato com uma comunidade, os indivíduos participam e negociam entre si as práticas, que são produzidas, reproduzidas e influenciadas pelo conhecimento pessoal e estético, negociado por meio das categorias estéticas (GHERARDI, 2013).

A prática que uma determinada comunidade compartilha tem como resultado o gosto, uma capacidade de expressar de maneira única e aceita como certa de realizar a prática social. É o resultado que ela produz e essas características únicas, próprias, que se mantêm em uma comunidade que a distingue das demais (GHERARDI, 2009).

Finalmente, conclui-se que, embora a formação do gosto e do conhecimento sensível não seja um processo estático e linear, são pareados. Tal pode ser explicado a partir da formação do conhecimento como prática, aquele que se sabe que se possui mesmo não sabendo como explicá-lo. O conhecimento sensível, que ocorre por meio das faculdades perceptivas e do juízo estético, está imerso em uma prática e enquanto essa é negociada, produzida e reproduzida, ocorre a transformação do conhecimento prático para o conhecimento sensível.

3. INGREDIENTES METODOLÓGICOS

O presente capítulo aborda os procedimentos metodológicos realizados nesta pesquisa.

O objetivo geral desta dissertação foi analisar o processo de aprendizagem do cozinhar na formação do gosto em dois restaurantes de comida regional em João Pessoa à luz das práticas sociais e da estética organizacional. Até aqui, o caminho percorrido buscou apresentar o tema da gastronomia, das práticas e de como a aprendizagem e a estética da vida organizacional podem ser estudados. Especificamente, pretendeu-se demonstrar como a prática social e a estética organizacional são adequadas para estudar a gastronomia em duas organizações gastronômicas com foco na cozinha regional em João Pessoa.

Nesta seção, serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa de campo, iniciando pela definição da pesquisa, seus aspectos ontológicos e epistemológicos, assim como a explicação da opção por uma pesquisa de inspiração etnográfica com estilo estético (STRATI, 2007a). Em seguida, serão apresentados os métodos de coleta e análise do material empírico; a busca pelo campo de pesquisa; a entrada em campo; e finalizando com operacionalização da coleta e análise do material empírico.

3.1 DEFINIÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa qualitativa pode ser definida genericamente como uma atividade de pesquisa situada em que o pesquisador observa os fenômenos enquanto eles acontecem no campo. Assim, relaciona-se a um conjunto de práticas materiais e interpretativas que conseguem lançar luz sobre o mundo natural (DENZIN, LINCOLN, 2006). Segundo Godoy (1995), os estudos qualitativos permitem o estudo do fenômeno no contexto onde ocorre, fazendo a análise de maneira integrada e, mesmo apresentando algumas características comuns, pode ser conduzida por diferentes caminhos.

Dessa maneira, esta pesquisa compartilha da ontologia e epistemologia das práticas sociais (MIETTINEN *et al.*, 2009), que proporciona a observação da realidade onde ela ocorre, admite uma interação entre o pesquisador e contexto, não busca a generalização e se propõe a compreender a aprendizagem pelo engajamento com o mundo. Além disso, compreende a prática como uma atividade cotidiana que as pessoas, em meio aos artefatos e objetos, fazem juntas quando desempenham seu trabalho, produzindo, reproduzindo e mudando de forma compartilhada, desconsiderando os dualismos entre mente/corpo,

ator/estrutura, humano/não humano. Desta forma, escolheu-se utilizar uma abordagem de inspiração etnográfica como forma de adotar um método que compartilhasse desses pressupostos.

A etnografia enquanto método científico foi legitimada no início do século XX. Em sentido estrito, etnografia advém do *etno* que significacultura e o sufixo *grafia* que significa escrita. Ou seja, escrita da cultura. Essa abordagem é usada largamente por antropólogos e fruto de diversos debates teóricos entre eles, mas também utilizada por sociólogos, estudiosos culturais, nos estudos de ciência e tecnologia, nos estudos organizacionais, turismo e gastronomia. A etnografia pode ser compreendida como uma “narrativa de viagem” e envolve a observação, participação, estudo dos grupos e de seus membros como principal objetivo de descrever o que eles fazem (JAIME JUNIOR, 2003; NEYLAND, 2008).

Com relação aos estudos organizacionais, a etnografia é um método que, segundo Jaime Junior (2003, p. 436), “pode levar ao aprofundamento do conhecimento acerca da realidade organizacional”. Neyland (2008) explica que nos últimos anos os estudos desenvolvidos a partir desse método têm aumentado nos estudos organizacionais pois fornecem aprofundamento nas atividades e no fazer das pessoas no dia a dia organizacional. Ybema *et al* (2009) explica que a etnografia organizacional não tenta compreender toda cultura ou subjetividade da organização, mas especificamente uma pessoa ou uma prática organizacional, como é o caso neste estudo.

Cabe frisar, que não existe um percurso ideal metodológico em campo no estudo etnográfico (PINK, 2009), nem um tempo e espaço estrito, mas que a imersão em campo depende de aspectos variados, da necessidade do pesquisador durante a realização do estudo, de cobrir completamente seu objeto, independentemente de onde ele esteja localizado e de acordo com os seus objetivos de pesquisa.

Optou-se por uma pesquisa de inspiração etnográfica, por compreender que as necessidades de cobrir um fenômeno como as práticas sociais compartilham de alguns princípios que uma pesquisa do tipo etnográfica podem oferecer como a observação onde e enquanto os fenômenos ocorrem, a descrição de suas atividades, o engajamento com o mundo social e a interação entre o pesquisador e o contexto. Nesta pesquisa, a prática se constituiu como objeto de análise, não enfocando a cultura em si, como nas etnografias clássicas e tradicionais. Logo, o objetivo da utilização de aspectos etnográficos não necessariamente exigiu que a pesquisadora se tornasse um membro do grupo, mas foi possível observar e partilhar das experiências vivenciadas pelo grupo de forma natural utilizando as habilidades

perceptivo-sensoriais para compreender o mundo social, identificando, compreendendo e conhecendo a prática estudada.

Neste sentido, escolhemos a abordagem estética de Strati (STRATI, GUILLET MONToux, 2002; STRATI, 2010, 2014b) como forma de orientar a análise interpretativa evocativa e a investigação em campo. Strati (2014) explica o que se entende pelo “estilo estético”. Semelhante a uma nova consciência metodológica, na qual o pesquisador:

“(a) escolhe um tema, estilo, e objeto de análise de acordo com o seu gosto e preferências pessoais para o método e teoria;
(b) ativa suas faculdades sensoriais e julgamento estético ao imergir a si mesmo na textura das interações organizacionais e enquanto eles agem e interagem” (STRATI, 2014, p.179).

E no decorrer da pesquisa faz uso do juízo estético, da observação participativa imaginária revivendo as experiências ao transcrever os dados e de um processo evocativo para construção do texto capaz de provocar no leitor uma experiência perceptiva.

Desta forma, estando em campo, a pesquisadora utilizou os olhos, o olfato, as mãos, os ouvidos, o paladar e o juízo estético na pesquisa. Este último foi profundamente modificado a partir da nova construção social e coletiva com os demais atores organizacionais, e, fortemente influenciado pelo contexto dos restaurantes estudados. Assim, fez-se uso da multissensorialidade na coleta de dados, ativando todas as faculdades perceptivo-sensoriais. Embora Strati (2014) explique que a limitação da abordagem estética é a *connoisseurship* (perícia) porque corresponde a uma capacidade necessária ao estudo da estética, não é possível se tornar completamente livre da racionalidade. Dito de outro modo, distanciar-se do racional, e aproximar-se do estético foi um dos maiores desafios para a pesquisadora.

Pink (2009) enfoca a importância de fazer pesquisa etnográfica lançando mão da multissensorialidade. Em sua proposta na defesa de uma etnografia sensorial, a autora insiste em defender que a utilização conjunta de todos os órgãos dos sentidos é o que leva o pesquisador a aprender sobre o campo. Assim, explica que ele utiliza o seu corpo para experimentar o campo da pesquisa e a partir do corpo ele aprende sobre o que as pessoas fazem e percebe o seu significado.

Neste estudo, considerou-se a prática como unidade de análise. A prática identificada como relevante no desenvolvimento da pesquisa foi o “cozinhar”. O cozinhar é uma expressão do fazer gastronômico e está envolvido na formação do gosto, assim, é um processo dinâmico e carrega consigo o corpo como *lócus* onde a aprendizagem acontece nos dois restaurantes. Assim, é importante mencionar que a faculdade gustativa apresenta um

conhecimento contextual que explica o forte vínculo com o gosto que é um elemento identitário da cozinha regional. E como o gosto se identifica na cozinha regional, ela extrapola uma única realidade organizacional, por se caracterizar em mais de um tipo de comida regional, a comida de praia e a comida sertaneja. Todavia, não foi possível encontrar nem mesmo um restaurante que abrigasse todos os tipos de comida regional. Por esse motivo, optou-se por realizar uma pesquisa de inspiração etnográfica de caráter estético em dois restaurantes de João Pessoa (PB).

3.2 MÉTODOS DE INTERAÇÃO COM O MATERIAL EMPÍRICO

Na pesquisa qualitativa, o pesquisador coleta uma variedade de materiais empíricos, experiências pessoais, introspecção, entrevistas, artefatos, textos e produções culturais, textos observacionais, históricos e visuais. A coleta de dados deve ser ampla para que haja uma melhor compreensão do mundo que está ao alcance do pesquisador. E mesmo cada pesquisador possua uma diferente visão de mundo, a coleta de dados qualitativa preserva uma postura interpretativa no estudo (DENZIN, LINCOLN, 2006).

Assim, nesta pesquisa, foram utilizadas diferentes técnicas de coleta de dados, observações participantes, conversas informais, entrevistas semiestruturadas e fotografias. Ybema *et al* (2009) sugerem que diversos métodos de coleta de dados são utilizados para estudar processos organizacionais complexos, e que tais métodos são considerados “ferramentas” capazes de acessar dados.

A observação participante corresponde ao conjunto de técnicas envolvendo entrevista aos respondentes (conversas informais), análise de documentos, observação direta e participação. A observação participante foi utilizada para observar a vida cotidiana dos cozinheiros e auxiliares enquanto trabalhavam com o fim de identificar as práticas utilizadas. Inicialmente, foi realizada a observação descritiva dos fatos que levantavam a atenção da pesquisadora. Em seguida, foi adotada a observação seletiva, na qual foi possível observar exemplo dos fenômenos em campo (FLICK, 2009). Mesmo não existindo uma função formal da pesquisadora em campo, defende-se a observação participante porque a pesquisadora interagia e interferia no trabalho e, sempre que possível, oferecia suas mãos para ajudar, e, principalmente, porque o estilo estético envolve a observação participante imaginária (STRATI, 2007a; 2014).

As conversas informais são um tipo de entrevista realizada no campo em relação a determinados temas para esclarecer detalhes. Elas são realizadas como conversas “naturais”

enquanto os participantes realizam suas atividades, por isso são de difícil registro (NEYLAND, 2008). As observações e as conversas informais foram registradas no caderno de campo.

Deste modo, no caderno de campo era anotado tudo o que era visto em campo que era próprio do grupo e destacava o interesse estético da pesquisadora, notadamente comportamentos, fala, expressões, ações, atividades e as percepções estéticas da pesquisadora. Esses relatos anotados sistematicamente no caderno de campo se transformam no diário de campo (CHIESA; FANTINEL, 2014). O diário de campo é um dos aspectos mais importantes de uma pesquisa etnográfica (ANDION, 2006).

No que se refere às fotografias, estas serviram para ilustrar o texto com o objetivo de provocar no leitor uma leitura evocativa não só imaginária, como promete a análise, mas também visual. Assim, a coleta de imagens tem como principal objetivo ilustrar a pesquisa a fim de nortear o leitor. De acordo com Banks (2009), as imagens conseguem oferecer um tipo de conhecimento que não pode ser acessível por qualquer outro meio.

Já as entrevistas semiestruturadas são questões formuladas para obter do sujeito a maior quantidade de informações, por isso as questões são profundas e permitem que os respondentes expressem seus pensamentos e reflexões sobre os temas da pesquisa, o que exigem um relacionamento de confiança com o pesquisador. Estruturalmente, a entrevista semiestruturada é composta por questões flexíveis, com uma sequência e detalhes que se adequem a dinâmica do processo (ROSA, ARNOLDI, 2008).

De acordo com Gherardi (2012), é possível estudar prática como *outsider* (de fora) ou como um *insider* (de dentro). Como *outsider*, o pesquisador pode observar as repetições da prática, familiarizar-se com as atividades realizadas pelas pessoas dentro da prática mas, mesmo assim, é bastante limitada. De outra maneira, analisar as práticas como um *insider*, ou seja, por dentro, permite observar a temporalidade, o caráter processual da prática, como ela está sendo executada no momento, assim como analisar simultaneamente a produção, a reprodução e a mudança. Metodologicamente, ao analisar a prática como *outsider* o pesquisador observa o fazer (*doing*) e como um *insider* para conhecer (*knowing*) como um fazer coletivo. Assim, optamos nesse estudo por analisar a prática do “cozinhar” dos cozinheiros e auxiliares de cozinha que trabalham com comida regional por *outsider* e por *insider* por meio de uma pesquisa de inspiração etnográfica com caráter estético.

Cabe frisar que, para estudar a prática como unidade de análise, recomenda-se que os métodos empregados sejam ontologicamente e metodologicamente adequados. Por adequado, entendem-se métodos que sejam capazes de capturar a natureza processual da

prática, ou seja, de captar a “ação”, já que a prática é um processo dinâmico. Assim, consideramos que os dados de uma pesquisa de natureza prática emergem do campo (NICOLINI, 2009).

Ao estudar a prática como foco de análise, Nicolini (2009) sugere que o pesquisador etnógrafo ao entrar no campo deve ativar uma sensibilidade específica para investigar a prática na ação e deve estar ciente de alguns aspectos específicos: a) o fazer real e o fluxo temporal; b) os padrões de conexão da prática; c) o sentido que a prática segue, a inteligibilidade e sua problemática; d) a participação efetiva dos artefatos e possíveis outras práticas envolvidas. Estes princípios orientaram a coleta de dados e a forma de transcrever os resultados são maneiras objetivas mas não estritas de orientar a atividade. É um conjunto de sensibilidades que o pesquisador deve levar “na mala” para a pesquisa de base etnográfica.

Portanto, entende-se que nos estudos de práticas podem ser realizadas pesquisas de inspiração etnográfica porque buscam acesso para o campo em particular, um papel participativo para o pesquisador, muito tempo gasto no campo, envolvimento profundo do pesquisador na coleta de dados e análise dos dados das observações no local (NEYLAND, 2008).

Nicolini (2009) sugere que as práticas na etnografia sejam estudadas pelo que ele chama de pacote (*package*), um conjunto de métodos de coleta de dados no local em que eles ocorrem e defende que não é possível estudar práticas utilizando apenas um método de coleta. Para estudar práticas, o autor sugere o que ele chama de *zooming in* e *zooming out*, traduzindo, *zoom* dentro e *zoom* fora.

O *zooming in* corresponde a aumentar a lente de proximidade com a prática, ampliando as minúcias de uma prática no lugar específico onde ela acontece, levando em consideração a prática local e sua interação com outras atividades próximas ou distantes. O *zooming out* corresponde a investigar melhor, ou seja, aumentar o alcance da observação, seguindo as associações entre as práticas e seus resultados. O estudo da prática deve ser alternado entre *zooming in* e *zooming out* com o objetivo de conhecer em detalhes os efeitos dinâmicos das práticas nas organizações, expressando o que é local, e o tudo o que contribui para os efeitos mais amplos da prática (NICOLINI, 2009).

Existem pelo menos quatro maneiras de aumentar o *zoom* para a realização do *zooming in*, fazendo da prática o foco da observação etnográfica, observando a interação dos participantes humanos com humanos e humanos com os não humanos, observando o sentido e a inteligibilidade das normas, regras e condições institucionais específicas, ou seja, como a textura normativa da vida organizacional é percebida pelo membro e os aspectos corporais e

as entidades materiais - objetos e artefatos. Para atender cada uma dessas formas, o pesquisador chega ao campo com um conjunto de questões que chama de *pallette* (paleta). Estas questões não são restritas, mas buscam direcionar o foco do pesquisador por onde começar a observação (NICOLINI, 2009). O Quadro 6 apresenta as questões que o pesquisador deve buscar responder durante a etnografia.

Quadro 6 - Aumentando o *zooming in*

Aspectos	Questões que o pesquisador busca responder no campo
Prática como foco da observação etnográfica	• O que as pessoas estão fazendo e dizendo que elas estão tentando fazer quando elas falam? • Como os padrões de fazer e dizer fluem no tempo? • Que sequências temporais que eles evocam? Quais os efeitos? • Que preocupações práticas movem os praticantes? • Como são as constantes mudanças micro na prática e como o grupo lida com isso? • Como os diferentes elementos são alinhados?
Interação dos participantes humanos	• Como é que eles diferem das práticas semelhantes realizados em outros lugares? • Que ações fazem essa prática específica ser transmitidas? • Como essas ações são negociadas ou como recebem resistência? • Que tipo de interesses coletivos são sustentados e perpetuados pela prática específica? • Como a prática é transmitida?
Normas, regras e condições institucionais	• Como é que as normas e objetivos se manifestam na prática? • Como as práticas tornam-se normativas? • Como eles são adquiridos e sustentados? • Qual é o papel do discurso em tudo isso?
Aspectos corporais e materiais	• Como a prática é realizada através do corpo? • Como é o ambiente material e simbólico em que a prática é realizada? • Como o corpo interage com a prática? • Que conexões fazem e estabelecem com outras práticas?

Fonte: Elaborado pela autora com base em Nicolini (2009, pp. 124-127).

Por esse motivo, não se deve estudar a prática apenas com o *zooming in*, mas estudar seus desdobramentos com o *zooming out*, ampliando o foco de análise e fazendo-o de forma completa (NICOLINI, 2009).

A realização do *zooming out* exige paciência para seguir as conexões entre as práticas, observar os efeitos das redes formadas por elas. Existem três aspectos relevantes para sua realização, aos quais devemos dedicar atenção: a) os intermediários (pessoas, coisas e discursos) que aparecem na prática em diferentes contextos; b) as relações formadas por meio das práticas, e os efeitos dessa ligação, que podem ser sociais e materiais; c) práticas diferentes emergem em lugares diferentes, com variações de práticas semelhantes, apresentam

trajetórias históricas e poder local. O Quadro 7 explica as implicações de cada um desses aspectos.

Quadro 7 - Aumentando o *zooming out*

Aspectos	O que fazer
Seguindo os intermediários	Busca-se identificar porque a prática é de determinada maneira. Assim, observa-se que recursos são necessários para a prática ser executada, que aspectos sociais precederam a prática.
Seguindo as relações entre as práticas	O objetivo é investigar as relações sociais na prática e os efeitos que a prática em estudo tem sobre outras práticas. Observando como as práticas sustentam outras atividades, como os resultados são transmitidos por intermediários humanos, materiais e simbólicos.
Comparando os lugares	Busca-se encontrar os diferentes locais onde a mesma prática é realizada e compará-los. A comparação das práticas demonstra como significados diferentes são atribuídos a mesma prática em lugares diferentes, resultando em consequências e efeitos diferentes.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Nicolini (2009, pp. 130-132).

A sensibilidade do pesquisador somada a utilização do movimento recursivo do *zooming in* e *zooming out* e as técnicas de coletas de dados devem promover uma descrição significativa da prática (NICOLINI, 2009), possibilitando uma análise teórica que demonstre a realidade organizacional estudada.

A análise de dados foi realizada de maneira interpretativa evocativa, não correspondendo a uma fase distintiva da pesquisa, mas de maneira concomitante à coleta de dados. De acordo com Strati (2014), a análise da estética organizacional aconteceu quando a pesquisadora observou a interação dos atores sociais, fez a observação participante imaginária, coletou e analisou os dados simultaneamente e se utilizou de conhecimento evocativo para comunicar os resultados da pesquisa em um texto aberto fazendo uso de metáforas e fragmentos da vida organizacional (STRATI, 2014).

Para deixar mais claro como a pesquisa foi realizada, explica-se o que se entende por observação participativa imaginária, fragmentos de vida organizacional e texto aberto. Por observação participativa imaginária entende-se o processo de enquanto leem-se os fragmentos da vida organizacional, imagina-se como um participante da vida organizacional, assim, revive-se empaticamente as “cenas” dos fragmentos e emergem novas percepções de conhecimento que é transcrito para o texto aberto. Já fragmentos da vida organizacional são pedaços que os pesquisadores “veem” e “encontram” (STRATI, 2007b).

E, por fim, texto aberto corresponde a uma escrita capaz de evocar no leitor a capacidade de se colocar no texto, experimentando a vida organizacional, fazendo novos juízos estéticos. Assim, a descrição dos resultados depende da estética de quem escreve e a

leitura compreensiva do texto aberto depende da construção social e histórica do leitor, de modo que um texto aberto é um elemento de juízo particular de cada pesquisador/leitor (STRATI, 2007b; 2014).

O texto aberto é construído com base nos fragmentos de vida organizacional extraído. Assim, os dados coletados por meio das observações, das conversas informais e das entrevistas foram submetidos à análise estética evocativa interpretativa, já que a estética é uma forma específica e autônoma de compreensão da vida organizacional. E, assim, foi construído o relato de inspiração etnográfica (STRATI, 2007b; 2014).

Humphreys e Watson (2009) explicam que o relato etnográfico pode ser realizado de quatro formas: o simples, o avançado, o semi-fictício e o fictício. Essas formas não representam “receitas”, mas são indicações que o pesquisador pode escolher para um melhor relato de sua pesquisa. A escrita semificcional é adequada para o contexto em questão por ser realizada quando é realizado um estudo em um ou mais espaços etnográficos, escrito em uma única narrativa, os dados são sensíveis ou confidenciais, são descritas as cenas, utilizam-se diálogos, são incluídas as respostas emocionais do autor e sujeitos e existe atenção sobre perspectiva histórica dos sujeitos.

3.3 ACESSO AO CAMPO

3.3.1 A busca por um campo de pesquisa: contato com os restaurantes

O primeiro contato no Restaurante I (RI) foi realizado no dia 13 de junho de 2014 com um dos proprietários (o estabelecimento é de uma família e o contato foi realizado com um dos proprietários que ajuda a administrar o restaurante). O proprietário do restaurante foi contatado pelo professor-orientador deste estudo, que forneceu o telefone a pesquisadora, pré-agendou e também intermediou o primeiro contato, por haver sido anteriormente seu orientador de trabalho de conclusão de curso de graduação. Ao ligar para o proprietário, ele marcou um segundo encontro para o dia 18 de junho de 2014. No dia marcado, foi realizado o segundo contato e marcada uma ligação para um possível encontro no dia 25 de junho de 2014. Nesse dia, foi marcada a primeira reunião para dia 26 de junho de 2014, no período da tarde.

No dia 26 de junho de 2014, a pesquisadora dirigiu-se ao Restaurante I na hora marcada. Havia uma certa ansiedade em relação à pesquisa e ao contato. Ao chegar ao restaurante, foi atendida pelo *Maitre*, perguntou pelo proprietário, e o funcionário perguntou

de que se tratava e se tínhamos hora marcada com ele. Respondeu-se que sim e ele disse que ia ver se o proprietário já estava no escritório do restaurante. Deixou a pesquisadora esperando, depois de alguns minutos voltou e disse que o proprietário não estava, perguntou se ela iria esperar e disse que como ele havia marcado não ia demorar. Pediu para ela aguardar e disse que ia ligar para ele. Depois da ligação, convidou-a para entrar, pediu para que ela aguardasse e disse que ele já estava chegando. A pesquisadora ficou observando o ambiente do restaurante, o salão estava vazio, tudo lembrava o mar, as roupas dos garçons, a decoração das paredes, o ambiente tem estilo rústico, mas elegante, a luz baixa deixava ainda mais aconchegante.

Cerca de 30 minutos depois o proprietário chegou. Ao iniciar a reunião, explicou-se os objetivos da pesquisa e as implicações metodológicas. Ele aceitou contribuir com a pesquisa deixando à disposição o restaurante e ali já iniciamos uma conversa sobre processos, porcionamento, horários de funcionamentos etc. Marcou-se uma ligação para o dia 04 de julho de 2014 para combinarmos os detalhes da entrada em campo para o dia 07 de julho de 2014. Ao entrar em contato com proprietário na data referida, ele não atendeu a ligação, uma nova ligação foi realizada no dia 05 de julho de 2014 e então foi remarcada a entrada em campo para o dia 09 de julho de 2014, já que dia 07 de julho de 2014 seria um dia difícil pois haveria um jogo do Brasil na Copa do Mundo 2014. Assim, conseguiu-se o primeiro restaurante do estudo.

No dia 10 de julho de 2014, a pesquisadora saiu com o objetivo de visitar 3 restaurantes durante a tarde. Havia sido combinado em orientação uma lista de restaurantes mais interessantes para a pesquisa. Aproximadamente às 14h00 a pesquisadora chegou ao Restaurante II. Ao entrar, notou-se que o estilo é de uma churrascaria. Era um restaurante que estava em um prédio novo e bem bonito. Havia poucas pessoas almoçando naquele momento no local. Ela dirigiu-se até o caixa, cumprimentou a moça e perguntou se poderia falar com o gerente. A moça solicitou a um garçom, que a encaminhou ao gerente.

Quando aproximou-se, cumprimentou-o com um aperto de mão e um sorriso, disse seu nome, apresentou-se como pesquisadora de mestrado em administração da UFPB, perguntou se poderia agendar uma reunião com ele ou se ele poderia atender naquele momento. Muito gentilmente, o gerente perguntou de que se tratava a pesquisa e ela explicou que estava estudando sobre comida regional e, por isso, havia escolhido aquele restaurante. Ele respondeu com um sorriso e de forma animada “realmente, você está querendo pesquisar o lugar certo porque comida regional é o nosso foco” (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014) e convidou-a para sentar e ouvir mais informações sobre a pesquisa.

Já sentados, explicou-se os objetivos e o gerente informou que por ele já estava tudo certo, mas como a maior parte da pesquisa é na cozinha precisava ser autorizado pela nutricionista, pediu para esperar e foi chamá-la. Em alguns minutos, retornou com a nutricionista. Ela estava um pouco atarefada, mas quando começou-se a explicar ela fez perguntas, questionou, a pesquisadora explicou também sobre a autorização (APÊNDICE 1). A nutricionista disse que por ela não havia problema, perguntou se tinha o contato no termo, respondeu-se que sim, ela disse que levaria a autorização para a reunião com o proprietário do Restaurante no dia seguinte, e que se não pudesse ela ligaria e se não ligasse a pesquisadora poderia ir e marcou-se a data de começar: seria dia 22 de julho de 2014, às 08h30.

No dia e hora marcados, a pesquisadora foi até o restaurante, estava receosa de a nutricionista ter esquecido, de não poder fazer a pesquisa, de o proprietário não ter deixado e ela ter esquecido de ligar. Além do mais, não poderia começar precisamente naquele dia já que a pesquisadora tinha sido solicitada a comparecer ao PPGA no mesmo dia e hora, mas resolveu-se ir ao restaurante e explicar pessoalmente porque não começaria naquele dia para fortalecer o contato com a organização.

Quando chegou ao restaurante, pediu para chamar a nutricionista. Perguntou-se estava tudo certo e explicou que não poderia começar a pesquisa naquele dia já que precisava ir até a universidade. Naquela manhã havia um cheiro bom de comida no início do preparo e pode-se sentir que os trabalhos já haviam sido iniciados. Ela não fez qualquer objeção, explicou que iria se afastar pelos próximos dias e me perguntou se eu queria começar com ou sem a presença dela no restaurante. Explicou que conversaria com o orientador e voltaria a entrar em contato para confirmar a data de início. A nutricionista passou o seu telefone pessoal e informou que poderia ligar e dizer quando gostaria de começar. Conversou-se com o meu orientador e ele disse que seria melhor começar o mais rápido possível, mesmo existindo o receio sobre a nutricionista não estar presente. Entrou-se em contato com a nutricionista no dia 25 de julho de 2014 e perguntou se poderia começar dia 29 de julho de 2014. Seriam dois dias antes de ela se afastar, tempo suficiente para me apresentar a equipe do restaurante, com o que ela concordou.

No dia marcado, chegou-se ao restaurante às 08h30, conforme combinado. A pesquisadora perguntou pela nutricionista, a Caixa pediu para ela sentar um garçom que disse alto: “Diga a nutricionista que tem uma menina aqui querendo falar com ela.” Em seguida, ela apareceu apressada e perguntou: “Vai começar hoje?” A pesquisadora disse: “Sim” - Ela disse: “Vamos?! Me siga!” (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). Ela foi andando apressadamente e mostrando os lugares de maneira rápida: aqui é o depósito, aqui o estoque, aqui câmera

frigorífera, aqui a outra, aqui a sala de porcionamento, aqui é o suco e as bebidas e a partir daqui tem que colocar a touca. A pesquisadora colocou a touca, e ela apresentou a pesquisadora aos funcionários da cozinha, nome por nome, e disse “Gente, essa é a Lídia, ela é pesquisadora, vai observar o trabalho de vocês e fazer perguntas. Lídia fique à vontade, qualquer coisa estou lá fora é só me chamar ou pergunte aos cozinheiros. Olhou-me e disse: “Lídia, esse é o Chef qualquer dúvida pode perguntar para ele, ele é um dos mais antigos aqui” (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). Os cozinheiros ficaram desconfiados, a pesquisadora sorriu, eles meio desconfiados sorriram também. E assim, conseguiu-se o Restaurante II.

3.3.2.1 A busca pelo terceiro restaurante

No dia 17 de junho de 2014, visitou-se a página da *web* de alguns restaurantes. Existia um interesse especial por alguns que representavam bem a cozinha regional. Acessou-se o *site* de uma empresa com o objetivo de verificar cardápios e encontrar o e-mail da gerência ou dos proprietários. Em seguida, escolheu-se um restaurante para o qual foi realizada uma ligação com o objetivo de solicitar o *email* do gerente ou dos proprietários. O pedido foi negado e decidiu-se que se partiria para as visitas pessoais aos restaurantes.

No dia 10 de julho de 2014, após sair do Restaurante II, foi-se em busca do Restaurante III, dirigindo-se até a sede local de um famoso restaurante de cozinha regional. Inicialmente, buscava-se marcar uma reunião com a gerência ou conversar com eles caso eles pudessem atender. Foi informado a pesquisadora que a gerente estava em outro restaurante da rede e entregou-se um cartão com o *e-mail* dela para que se entrasse em contato. O *e-mail* foi enviado no mesmo dia (APÊNDICE 2).

Aguardou-se quatro dias e, como não se obteve resposta, retornou-se ao restaurante imaginando que eles não haviam recebido meu e-mail. Recebeu-se a informação que o e-mail deles não envia confirmação automática e me passaram o *e-mail* dos Recursos Humanos, pediram para reenviar o e-mail com cópia para o RH. No dia 15 de julho, reenviou-se o e-mail com maiores explicações sobre a pesquisa e solicitando uma reunião.

Na tarde do dia 17 de julho de 2014, fomos até a Associação Brasileira de Bares de Restaurantes da Paraíba (ABRASEL-PB), conversamos com a Coordenadora Executiva, explicou-se sobre a pesquisa, sobre a preferência pelo restaurante que mantivemos contato. Ela ligou para o proprietário, mas ele se encontrava em Brasília e solicitou que a representante ligasse para uma das donas que estava em João Pessoa. A ligação foi realizada algumas vezes, mas o telefone estava desligado.

Como não se obteve resposta, foi decidido solicitar a reunião por carta de apresentação (APÊNDICE 3). Assim, na noite do dia 17 de julho de 2014, a carta foi entregue no restaurante. Na tarde do dia 24 de julho de 2014, recebemos uma ligação da Recursos Humanos do restaurante marcando uma reunião para que conversássemos sobre a pesquisa. Marcamos para o dia 25 de julho de 2014 às 15h. Nesse dia, a pesquisadora chegou ao restaurante e pediu para ser anunciada faltando 2 minutos para a hora marcada. O recepcionista do restaurante pediu-a para esperar em uma mesa. A pesquisadora sentou-se e ficou a observar as pessoas saindo e entrando no restaurante. O ambiente pitoresco e a gentileza do recepcionista, sempre com um sorriso no rosto, chamaram sua atenção, que já havia visitado o restaurante anteriormente como cliente.

Às 15h08, a gerente do restaurante e a responsável pelos Recursos Humanos receberam a pesquisadora no salão do restaurante. Durante a reunião, esta explicou a pesquisa e, em seguida, a responsável pelo RH explicou-a sobre o funcionamento do restaurante. A gerente fez uma pergunta sobre como os outros restaurantes estava recebendo a pesquisa e quando a pesquisadora foi responder, a responsável pelos RH interrompeu respondendo ela mesma a pergunta, o que ocorreu mais três vezes. A responsável pelos RH não deixava a pesquisadora explicar as dúvidas da gerente, nem os detalhes da pesquisa. Em dado momento, a responsável pelos RH disse “Os outros restaurantes deixam, mas nós somos diferentes porque somos a referência de comida regional” (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). A reunião foi se encaminhando para o fim, agradecemos o contato, entregamos um resumo do Projeto (APÊNDICE 4) e elas informaram que retornariam o contato com uma resposta oficial dos proprietários, mas a responsável pelos RH terminou dizendo “É melhor você ir pensando em outras opções para não atrapalhar a sua pesquisa porque aqui vai ser muito difícil” (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014).

No dia 28 de julho de 2014, às 07h46 a pesquisadora recebeu um e-mail do restaurante informando que eles não poderiam receber a pesquisa. Na tarde do mesmo dia, às 17h, procurou-se outro restaurante. Localizado na Orla de Tambaú, carrega em seu nome um símbolo cultural do Nordeste: o chapéu e fica dentro de um hotel. Ela entrou no restaurante e procurou pelo gerente. Os funcionários solicitaram que retornasse no final da noite, horário em que o gerente estaria presente. Realizou-se a observação no RI e, após dirigir-se ao restaurante, eram aproximadamente 22h10. Procurou-se pelo gerente, que a recebeu de maneira simpática e assim procedeu-se com a explicação sobre a pesquisa. A pesquisadora foi informada que o proprietário do restaurante não gostava de nenhum contato com universidades e já havia rejeitado pesquisadores e estagiários. Mesmo assim, ela solicitou uma

reunião com o proprietário do Restaurante, mas foi informada que seria impossível, pois o procedimento da empresa era o gerente levar todas as informações ao proprietário. Ela entregou um resumo do projeto com o seu contato agradeceu. O gerente informou que retornaria no dia seguinte. Como até o dia 30 de julho de 2014 o gerente não retornou, a pesquisadora dirigiu-se novamente ao restaurante, procurando o gerente, que se desculpou e me informou que o proprietário não havia liberado a pesquisa.

No dia 01 de agosto de 2014, a pesquisadora até um restaurante tradicional nordestino e perguntou como poderia falar com os proprietários ou o gerente. Foi informada por um garçom que naquele momento o gerente não estava e que eu deveria retornar na segunda feira.

Após sair do restaurante, a pesquisadora dirigiu-se ao Mercado de Artesanato, pois teve a curiosidade de conversar informalmente com os turistas sobre quais restaurantes regionais eles haviam visitado. Fazia três perguntas: (1) Você é natural de João Pessoa? (2) Desde que chegou a João Pessoa já visitou algum restaurante? (3) Se sim, qual o nome do restaurante? Dos dez turistas com quem conversou (nove brasileiros e um europeu), oito 8 tinham ido para restaurantes, sendo sete para o que havia rejeitado a pesquisa no dia 28 de julho de 2014. Essa impressão do campo levou-a a refletir sobre um possível retorno ao restaurante por meio do acesso direto aos proprietários. Ela conversou com o orientador desta pesquisa no dia 06 de agosto de 2014, o qual enviou um e-mail para um dos membros da banca que tem acesso aos proprietários das restaurantes solicitando um novo contato. No dia 20 de agosto de 2014, recebemos a informação de que o restaurante havia ratificado a impossibilidade da realização da pesquisa no local.

Ao todo, foram visitados nove restaurantes. Durante a visita realizada *in loco*, foi observado que alguns não atendiam aos pré-requisitos desejados para a presente pesquisa ou o próprio restaurante negou-se a participar do estudo. O número de visitas realizadas em cada restaurante e o motivo da negativa encontram-se no Quadro 8.

Quadro 8– Restaurantes visitados

Característica do restaurante	Visitas realizadas	Contato	Dias de aguardo	Motivo da negativa
Restaurante tradicional de comida regional, com sede em João Pessoa e filiais no Centro-Oeste e em outro estado do Nordeste.	1ª Visita (10/07/2014); 2ª Visita (15/07/2014); 3ª Visita (17/07/2014); 4ª Visita (25/07/2014 – Reunião)	1º Contato, Gerente geral e gestora de Recursos humanos. Tentativa de 2º contato Proprietários.	1º Contato, 18 dias (10 até 28/07/2014); Tentativa de 2º contato 12 dias (08 até 20/08)	Questões de política interna.
Restaurante localizado na Orla de Tambaú. Carrega em seu nome um símbolo cultural do Nordeste: o couro.	1ª Visita (28/07/2014); 2ª Visita (30/07/2014);	Gerente geral	2 dias (28 até 30/07/2014)	O PROPRIETÁRIO do restaurante não tem interesse de receber pesquisadores.
Restaurante tradicional nordestino, carrega em seu nome a carne como símbolo. Filiais em outra cidade da Paraíba e outro estado do Nordeste.	1ª Visita (01/08/2014); 2ª Visita (04/08/2014); 3ª Visita (07/08/2014); 4ª Visita (26/08/2014); 5ª Visita (29/08/2014 – Reunião);	Gerente da unidade	33 dias (01/08/2014 até 01/09/2014)	A dona do restaurante não aceitou receber a pesquisa e não informou o motivo.
Restaurante localizado na Orla de Cabo Branco. Carrega em seu nome um símbolo da região: o mangue.	1ª Visita (20/08/2014); 2ª Visita (21/08/2014);	Proprietária	1 dia (20 até 21/08/2014)	A dona do restaurante disse que a cozinha era muito pequena para receber uma pesquisadora.
O estabelecimento carrega no nome aspectos do Cariri paraibano.	1ª Visita (27/08/2014); 2ª Visita (28/08/2014 – Reunião);	Proprietária	1 dia (27 até 28/08/2014)	O site apresentava vários aspectos interessantes e emblemáticos em relação à comida regional, mas <i>in loco</i> foi verificado que se tratava de um pequeno bar onde o principal não era a comida, quase não saiam pratos. A pesquisa foi

				permitida, mas o local fugia ao foco.
O estabelecimento é localizado a aproximadamente 200 metros da Orla de Cabo Branco.	1ª Visita (27/08/2014); 2ª Visita (29/08/2014 – Conversa informal)	Gerente	-	A pesquisa foi permitida, mas o local fugia ao foco do estudo. No ambiente do restaurante não havia aspectos estéticos regionais.
Pequeno restaurante localizado dentro de um hotel na Orla de Cabo Branco. O <i>site</i> dizia que uma das especialidades era comida regional	1ª Visita (02/09/2014); 2ª Visita (09/07/14 – Observação 1 - 1h30m) 3ª Visita (11/07/14 – Observação 2 – 2h) 4ª Visita (15/07/14 – 2h).	Proprietária	-	Os pratos não se caracterizavam como foco da pesquisa.

Fonte: Autora, 2015.

Finalmente, na tarde do dia 01 de setembro de 2014, enquanto a pesquisadora conversa com uma colega do mestrado, foi-lhe perguntado se já havia conseguido todos os restaurantes, ao que respondeu “não” e que achava que ficaria só com dois. Foi então que a colega convidou-a a ver um *site* de um restaurante localizado em um Hotel na Orla de Cabo Branco. Na página na internet existiam várias referências à comida regional. Por esse motivo, decidiu-se realizar uma última tentativa. Na tarde do dia 02 de setembro, foi até o restaurante, conversou com a dona que prontamente aceitou receber a pesquisa, marcando a primeira observação para o dia 08 de setembro de 2014 às 10h00.

A pesquisadora foi ao restaurante no dia e hora combinados, mas a dona estava viajando. Um funcionário da recepção pediu o telefone dela e disse que o entregaria à dona. Na tarde do dia 08 de setembro de 2014, a pesquisadora ligou para a dona do restaurante, a qual a solicitou que fosse começar a observação no dia 09 de setembro de 2014. Foram realizadas três observações neste restaurante. Como as primeiras duraram poucas horas, foram realizadas ao todo 6h38 minutos de observação. Constatou-se que o foco do restaurante não se encaixava com o foco da pesquisa. Assim, decidiu-se permanecer apenas com dois restaurantes.

3.3.2 Entrada em campo

Posto isto, expõe-se a operacionalização da coleta de dados que foi realizada quase simultaneamente em dois restaurantes. No Restaurante I (RI) teve início no dia 09 de julho de 2014 e no Restaurante II (RII) no dia 29 de julho de 2014. As observações foram realizadas em dias alternados para que pudessem expressar toda atividade cotidiana. Esse recorte foi necessário para que os restaurantes fossem observados durante dias e horários diferentes. Em seguida, as observações foram concentradas no turno da noite, em razão do maior movimento nos restaurantes e preferências estéticas da pesquisadora.

A intensificação da coleta ocorreu nos meses de julho, agosto e setembro no Restaurante I e nos meses de agosto e setembro no Restaurante II. Eram realizadas preferencialmente duas visitas por semana em cada restaurante para que nos demais dias a pesquisadora pudesse experimentar o estranhamento. Foram realizadas 45 visitas, com um total de 113 horas de observação em campo, incluindo algumas visitas aos sábados e domingos, como é possível visualizar no Apêndice E.

No dia 09 de julho de 2014, como combinado, a pesquisadora ligou às 08h30 da

manhã para o proprietário do RI, que se desculpou e disse que havia esquecido do encontro. La explicou que não havia problema e que ainda não estava no restaurante. Combinamos um encontro no restaurante local após uma hora. 35 minutos depois, a pesquisadora estava no restaurante e foi atendida pelo mesmo Sr. que solicitou-a a esperar na parte aberta. O ambiente externo é bonito. A pesquisadora sentou em uma mesa ao ar livre e esperou ansiosa e um pouco apreensiva. O tempo parecia não passar e vários pensamentos surgiram: será que eu ia gostar? Será que minha pesquisa era realmente interessante? Será que as pessoas iriam agir naturalmente? Será que eu iria conseguir coletar meus dados? Será que os outros proprietários iriam desistir da pesquisa?

A pesquisadora aguardou um pouco e viu o proprietário do restaurante atravessar a rua, pouco depois ele sumiu. O tempo passou. Então, 20 minutos depois, ligou para ele. Ele se desculpou e explicou que ninguém havia informado da sua presença, pediu-a para aguardar um momento e disse que iria buscá-la na área externa do restaurante. Poucos segundos depois ele chegou, desculpou-se, convidou-a a entrar pela porta dos fundos (onde todos os funcionários, proprietários e fornecedores entram). Explicou-a que estava apressado e que não poderia dedicar muito tempo a ela, a qual alegou não haver problemas e que daí para frente seria com ela. A gerente chamou-a e disse: “Essa é a Lídia, aquela que eu disse que vai fazer uma pesquisa aqui.” Ela sorriu e cumprimentou-a um pouco desconfiada. Ele então entrou na cozinha e a apresentou a *chef*, que se aproximou da porta, cumprimentou a pesquisadora, que começou a explicar a pesquisa. A *chef* informou que por causa da hora estava muito atarefada, essa era a hora que a cozinha estava “pegando fogo”, não quis saber em detalhes de que se tratava pesquisa, pediu-se para prender os cabelos e entregou-a uma touca. Disse-a que todas as vezes que ela entrasse na cozinha deveria usar a touca. Informou-a sobre um pouco de seu trabalho e deixou-a à vontade para fazer perguntas. A pesquisadora disse que de início apenas observaria. No primeiro dia, não levou o caderno de campo, apenas observou e quando chegou em casa anotou as minhas primeiras impressões.

Assim que entrou na cozinha, sentiu vários cheiros misturados, não soube dizer exatamente de quê. A sua presença foi rapidamente notada. Ela se posicionou perto da porta, de onde tinha uma visão diagonal de toda a cozinha. Além disso, era um lugar mais fresco, pois logo percebeu-se que a cozinha era muito quente. As pessoas olhavam-na e continuavam a trabalhar, o ritmo era intenso, corriam de um lado para outro, quase se atropelavam, mexiam panelas, pegavam travessas e levavam ao salão do restaurante.

Enquanto a observação transcorria o calor só aumentava. Ela buscou mudar de posição para apreciar o vento, mas mesmo tentado de todas as formas não melhorava. Sua

cabeça doía, sentindo uma pressão imensa. Em dado momento, a cozinha foi ficando mais calma. Todos iam de um lado para o outro levando comidas para o salão, já que o almoço é *self-service*. Eram aproximadamente 11h30 quando a pesquisadora se sentiu mal e saiu da cozinha para tomar um pouco de vento. Após uns cinco minutos, retornou, ficando no restaurante até às 12h00, já que a primeira observação era apenas para fazer um primeiro contato e ter as primeiras impressões.

Primeiramente, buscou visitar o RI em horários alternados durante pouco tempo para ter uma visão geral de como as práticas de trabalho eram desenvolvidas. Assim, o segundo encontro aconteceu no dia 11 de julho de 2014. A pesquisadora bebeu bastante água antes de sair de casa para a segunda observação. O medo de se sentir mal era constante e real. Nesse dia, várias pessoas da equipe me perguntavam-na se estava se sentindo bem. E correu tudo bem. Tentou ser simpática espalhando sorrisos, na tentativa de neutralizar os percalços (“invadir” o ambiente dos pesquisados) da pesquisa.

Durante o dia, a cozinha é bizarra, o ritmo é intenso, os profissionais correm de um lado para o outro. É difícil se concentrar em alguém ou em alguma coisa enquanto tantos processos ocorrem ao mesmo tempo. A percepção estética da pesquisadora do olfato é atraída pelos diversos cheiros. Peixe? Risoto? Arroz? Sentiu água na boca, apesar de não saber de que se trata. Os seus olhos são atraídos pela beleza das saladas. Como observava bem perto, uma auxiliar de cozinha (Carol) que prepara uma salada parecia insegura e com medo ao vê-la observar tanto. Em alguns instantes, ela levanta o rosto e a olha. Sempre que repete essa ação, a pesquisadora sorri. Ao mesmo tempo, os seus ouvidos são atraídos pelo barulho incômodo do exaustor, e apesar de este estar ligado, a sua pele sente a todo instante o calor na cozinha.

Nesse dia, em alguns momentos a *chef* se aproximava da pesquisadora e perguntava sobre as possíveis dúvidas, fazendo com que esta ficasse à vontade para perguntar. Explicou-se que ainda era cedo e que, com o decorrer do tempo, as dúvidas iriam surgir. Perguntava-se também se ela estava sentindo-se bem. Neste dia, continuou-se observando tudo sem fazer anotações. Quando a pesquisadora chegava em casa anotava suas impressões.

No terceiro encontro, dia 15 de julho de 2014, ela resolveu ir ao restaurante no turno da noite a fim de observar um novo horário. Quando tocou o interfone da entrada dos funcionários foi recebida pelo *Maitre*. Ela explicou que estava fazendo a pesquisa lá já há algum tempo. Ele disse que não sabia e pediu-a para aguardar enquanto ligaria para o proprietário do restaurante. Em seguida retornou, pediu desculpa, pediu que ela entrasse e explicou que não havia sido informado sobre a pesquisa, além de perguntar se ela precisava de alguma coisa. Indagou se a equipe era a mesma, ele respondeu que não, então pediu para

ser apresentada ao responsável pela cozinha.

Ele chamou a cozinheira “Raissa” e explicou que eu iria observar o trabalho e fazer uma pesquisa. Ela deu um sorriso alegre e disse: “Tudo bem! Seja bem vinda!” (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). Explicou um pouco sobre a pesquisa e ela convidou a pesquisadora a entrar na cozinha. Ao entrar, esta foi apresentada: “Gente essa é a Lídia, ela vai passar um tempo aqui observando nosso trabalho, vai fazer perguntas” (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014).

Durante a noite, todos os pratos são *à la carte*. Rapidamente percebemos que *à la carte* é um trabalho bem mais interessante, menos confuso, diferente do que ocorre durante o dia. Os pratos da noite também são mais roteirizados, exigem mais provas, a equipe é outra, a cozinha é calma, o ritmo é diferente. Todos esses aspectos trouxeram-na uma sensação de conforto. O seu juízo estético dizia que ali poderia ficar. Existia um silêncio, maior cumplicidade entre a equipe. O riso era constante e por qualquer motivo.

A cozinheira “Raissa” tenta deixar a pesquisadora o mais confortável possível, tenta ser simpática e faz um esforço para ser natural. As auxiliares “Daniela” e “Sara” se incomodam com a presença, não interagem muito, não fazem perguntas, só escutam e observam-na desconfiadas. Em alguns momentos, a cozinheira “Raissa” perguntava se a pesquisadora queria fazer perguntas e está explicava-a que ainda era cedo. Evitou-se anotar e perguntar de início para não deixar a equipe mais incomodada, resolvendo perguntar mais para frente.

A cozinheira “Raissa” foi muito simpática com a pesquisadora, perguntou se estava bem, ofereceu-a um banco, perguntou sobre a pesquisa. Ela explicou-a da maneira mais simples possível relacionando com coisas do cotidiano dela. Quase deu uma gargalhada quando a cozinheira disse que era um castigo ficar a noite toda ali observando o trabalho deles sem fazer nada (já que ela não estava com o caderno em mãos), perguntou-a como ela iria aguentar. Explicou que fazia parte, que ela precisava ver como eles faziam o trabalho na prática e que isso era bastante interessante.

Em dado momento, Raissa convidou-a para jantar. Esta agradeceu-a e disse que já havia jantado. Na hora que a equipe da cozinha foi jantar, pegou um pouco de água e foi com eles, sentou na mesa e conversou sobre coisas diversas da vida. Eles estavam na hora do intervalo e convidaram-na para jogar dominó após o jantar. Prontamente aceitou, percebeu que aquela seria uma forma de entrosamento com a equipe, o que favoreceria a pesquisa.

Saiu de lá com a certeza de que a melhor hora para fazer pesquisa no RI é no turno da noite. O trabalho é mais interessante, quase mágico, tem mais da gastronomia em si,

é bonito, interessante, a cozinha é mais fresca, existem menos pessoas trabalhando. O calor é menor, o trabalho mais organizado, o silêncio fala, o sorriso é constante, a desconfiança é menor.

Antes mesmo de entrar na cozinha do Restaurante II, a primeira coisa que despertou sua atenção foi o cheiro forte de feijão fervendo. Ao entrar na cozinha, pude ver uma grande panela de alumínio, sem tampa. Por cima dela, saía uma grande quantidade de vapor. Ao ser apresentada a equipe, eles ficaram muito desconfiados. Quando a nutricionista se retirou da cozinha, o *chef* se aproximou e perguntou-a o que eu estudava. Ela explicou da maneira mais simples possível a pesquisa e ele achou interessante o fato de alguém de “administração” querer estudar comida. Explicou que estudava aprendizagem no ambiente de trabalho, falaram um pouco sobre o conhecimento sensível, ele escutou atento. Em seguida, assegurou-a que poderia perguntar o que quisesse pois estava ali para ajudar.

Enquanto observava sem fazer anotações, o *chef* em muitos momentos se aproximava e exclamava “Se tiver alguma dúvida é só perguntar. Tem pergunta? Já surgiu alguma pergunta?”. A pesquisadora explicava que não, que ainda era cedo para os questionamentos e que teriam tempo para várias perguntas. Ele sorria e continuava o seu trabalho. Durante a manhã, todos os acompanhamentos eram preparados para o dia inteiro. O calor na cozinha era muito grande; o vapor, muito evidente nas grandes panelas que estão sobre o fogão. A cozinha era relativamente tranquila, as pessoas realizando o trabalho. Em determinado momento observam a presença da pesquisadora. Todas as vezes que isso acontecia, ela utilizava o elemento estético do sorriso para neutralizar. Observou o restaurante até 12h00.

No segundo encontro, dia 01 de agosto de 2014, foi ao restaurante no período da tarde. O movimento estava calmo. Quando entrou no restaurante, havia alguns clientes no salão. Guardou sua bolsa no caixa e se dirigiu até a cozinha. Colocou o avental, cumprimentou as pessoas da cozinha, que estava muito quente. As pessoas trabalhavam atendendo aos pedidos que chegavam. Não demorou muito e começou a perceber a cozinha abafada. O calor era imenso, o cheiro de churrasco tomava conta da cozinha. Sua boca encheu de água. Havia acabado de almoçar e mesmo não comendo carne vermelha, ainda assim sua boca estava cheia de água.

O movimento foi diminuindo, mesmo assim, a cozinha continuava quente, tão quente que em um momento saiu de lá e foi tomar um ar fresco do lado de fora. Quando voltou pôde observar melhor o trabalho. Pouco tempo depois o calor já era enorme. Percebeu que não estava me concentrando muito bem na observação e percebeu que chegar no início da

tarde era uma hora boa, mas que o calor estava sempre atrapalhando.

No terceiro encontro, dia 06 de agosto de 2014, foi ao Restaurante II no período da noite. Chegou no finalzinho da tarde. O *chef* do dia estava no restaurante e me apresentou a equipe da noite. Logo pude observar que o cozinheiro da noite fazia um bolinho de carne com as mãos, com toda delicadeza ele alisava e colocava na bandeja. Aos poucos começou a se deparar com o forte conteúdo estético existente. As mãos são muito usadas, às vezes servem de termômetro. Muito interessante! Enquanto observa, as pessoas se aproximam e fazem-na as mesmas perguntas “São duas, vamos jantar? E tem alguma dúvida?”. Ela repete que é cedo, que os questionamentos vão surgir ao logo do tempo, que já jantou e agradece. A equipe da cozinha neste restaurante tira o intervalo em momentos diferentes. Desse modo, a cozinha sempre tem alguém. Ela percebe que o turno da noite é a melhor hora para realizar a pesquisa e decide que vai começar a frequentar os dois restaurantes no final da tarde e à noite.

Adiante, e próximo tópico aborda como foi operacionalizada a coleta de dados.

3.4 OPERACIONALIZAÇÃO DA INTERAÇÃO E ANÁLISE DO MATERIAL EMPÍRICO

A coleta do material empírico foi realizada em duas organizações gastronômicas. A escolha dos restaurantes obedeceu aos seguintes critérios: a) disponibilidade por parte do restaurante para a realização de uma pesquisa tipo etnográfica; b) ter como clientes turistas e moradores locais; c) possuir em seu ambiente físico aspectos regionais; d) ser um restaurante que possua cozinha regional. Uma opção seria encontrar apenas um restaurante que pudesse concentrar em seu cardápio pratos regionais que representassem a comida nordestina, a comida do litoral e a comida do interior. No entanto, não conseguimos um restaurante que de maneira satisfatória atendesse todos os critérios. Assim, optamos por realizar a pesquisa em dois restaurantes. A pesquisa poderia ter sido realizada em um restaurante ou barraca de que tivesse os mesmos tipos de comida.

Como já mencionado, foram utilizadas diferentes técnicas de coleta de dados: observações participantes, conversas informais, entrevistas semiestruturada e as fotografias.

As observações foram concentradas nas cozinhas dos restaurantes por ser o ambiente onde se concentra o cozinhar como prática. Foram realizadas 46 visitas (Apêndice E), entre os dias 07 de julho de 2014 e 14 de janeiro de 2015 (excluindo os primeiros contatos), sendo 20 no RI e 16 no RII, com duração total de 107 horas e 1 minuto (excluindo as seis horas e 26 minutos do RIII).

Que ocorriam da seguinte forma. Todas as vezes antes de entrar em campo, nas primeiras observações lia-se as perguntas norteadoras do *zooming in* e entrava-se no campo para observar. Durante as observações, sempre que surgiam dúvidas, procurava-se o ator social e eram realizados questionamentos, outras vezes as questões eram feitas aleatoriamente para todos os atores. Exemplo: “Se existe uma espátula porque você utiliza as mãos para pegar o alimento?” Ou ainda: “Como vocês conseguem fazer isso?” Essas questões são denominadas conversas informais, que muitas vezes eram realizadas no intervalo dos funcionários.

A caracterização dos participantes da pesquisa sobre os quais existiram concentração de observação e conversas informais podem ser encontrados no Quadro 9. Cabe ressaltar que os nomes são fictícios.

Quadro 9 – Atores humanos participantes da pesquisa

Nome fictício	Função	Tempo de restaurante	Formação	Experiência
Raissa	Cozinheira	1 ano e 10 meses	Ensino médio completo	Não tinha experiência anterior, entrou na empresa como auxiliar de serviços gerais.
Felipe	Cozinheiro	2 anos e seis meses	Ensino médio completo	Não tinha experiência anterior, entrou na empresa como auxiliar de cozinha.
Artur	Cozinheiro	9 anos	Ensino médio completo	19 anos
Mateus	Cozinheiro	3 meses	Cursando tecnologia em gastronomia	13 anos
Daniela	Auxiliar de cozinha	1 ano	Ensino médio	Não tinha experiência anterior
Sara	Auxiliar de cozinha	9 meses	Ensino médio incompleto	Não tinha experiência anterior
Silvia	Auxiliar de cozinha	8 meses	Ensino médio completo	Não tinha experiência anterior
Flavia	Auxiliar de cozinha	12 meses	Ensino médio incompleto	6 anos de experiência
Amanda	Auxiliar de cozinha	1 ano e 9 meses na casa	Ensino fundamental	4 anos de experiência
Luiz	Maître	4 anos	-	-

Fonte: Autora, 2015.

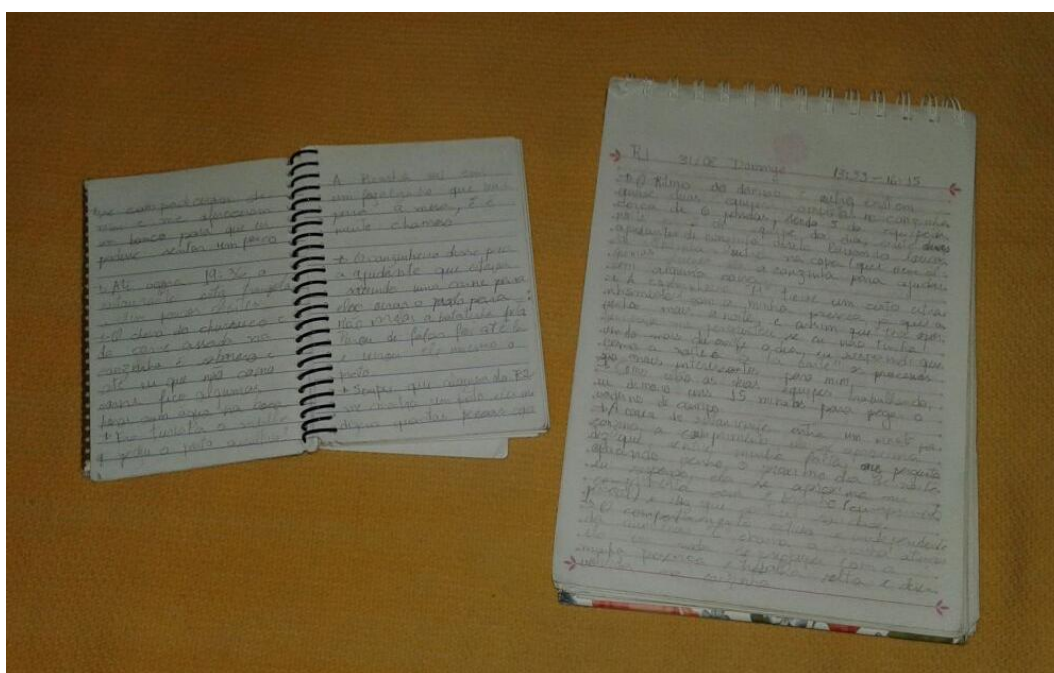
No RI, os funcionários da cozinha tiram o intervalo simultaneamente. Assim, a pesquisadora deixava a cozinha e se dirigia para um terraço externo (quintal) do restaurante onde os funcionários jantavam e posteriormente jogavam dominó e conversavam. Ela acompanhava os funcionários, conversava enquanto eles jantavam e também posteriormente participava do jogo de dominó. Nesses momentos, aproveitava e conversava sobre a prática

de trabalho.

As conversas informais sobre a prática também eram realizadas de maneira mais concentrada no começo e no final do horário de trabalho. Em ambos os restaurantes, esses são horários de baixo movimento e de menor concentração. Por essa razão, existia tempo suficiente para conversar com os funcionários sobre a prática de trabalho sem atrapalhar as atividades, isso porque os pesquisados eram muito corteses e tendiam a parar o que estavam fazendo para responder os questionamentos.

Após o terceiro encontro no RI e o segundo encontro no RII, começou-se a utilizar o caderno de campo em ambos os restaurantes. No dia da primeira anotação, foi utilizada propositalmente uma caderneta pequena (110mm x 154mm) para não chamar muita atenção. Nos demais encontros utilizou-se um caderno maior (180mm x 250mm). Na parte superior do caderno de campo eram registrados o restaurante em que a observação era realizada, a data, o dia da semana, a hora inicial e final da observação, essas informações eram passadas para uma planilha de *MS Excel*. A Fotografia 1 apresenta a ilustração dos cadernos utilizados.

Fotografia 1 – Caderno de campo



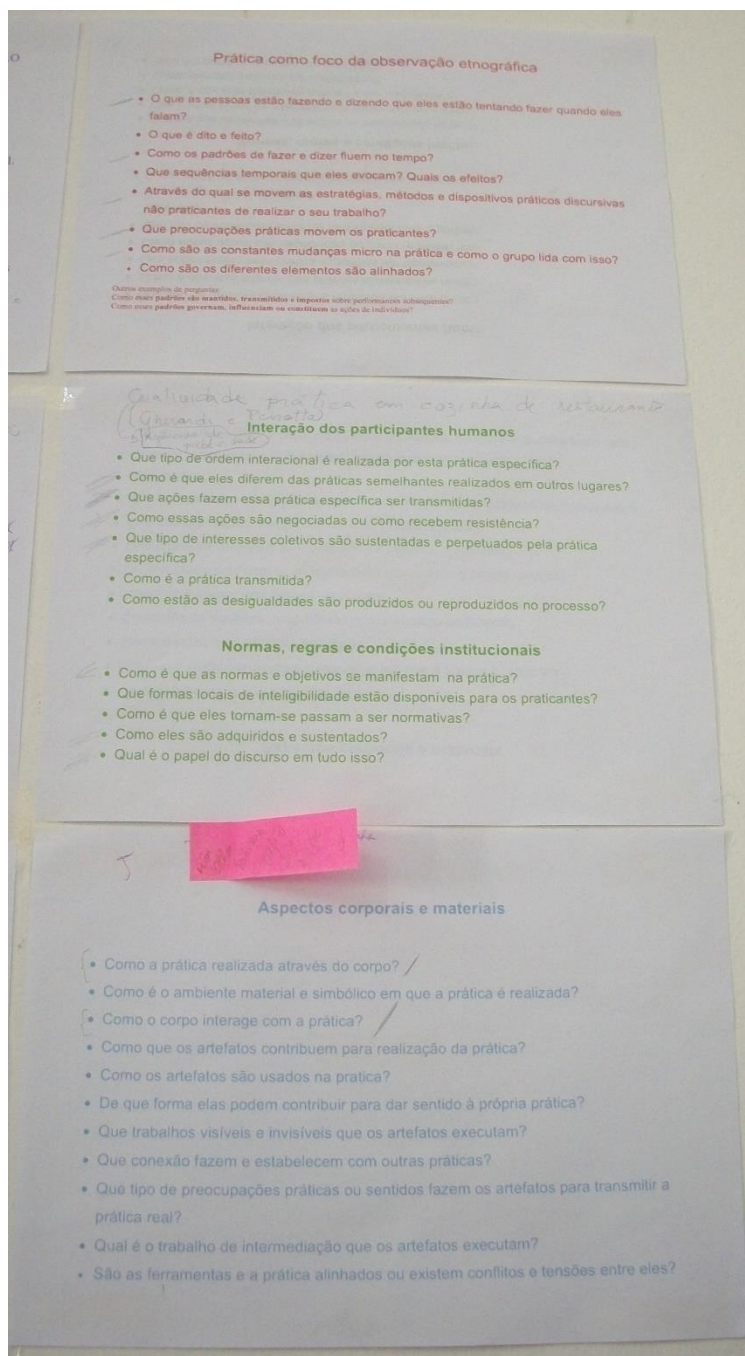
Fonte: Autora, 2015.

As anotações eram baseadas na estética pessoal da pesquisadora. Assim, anotava-se a visão, os cheiros, os sons, que chamavam sua atenção estética e se relacionavam com os

temas teóricos estudados. Anotava-se tudo o que era percebido como estética organizacional, conhecimento sensível e aprendizagem social. Na continuação eram anotadas também as primeiras análises da hora em que eram experimentadas como sugere a não separação entre coleta e análise. As anotações deram um total de 42 folhas

No dia seguinte, após a observação de campo e a realização das conversas informais, a pesquisadora lia novamente as questões norteadoras. A utilização dessas questões a ajudava a retirar o foco do ator social isoladamente e, deslocando-o para a prática, permitindo a percepção de que os fenômenos na prática nunca ocorrem isoladamente, sempre estão imersos em uma textura de conexões e proporcionando uma visão de “processo” (NICOLINI, 2009). Para tornar mais fácil essa fase, as questões norteadoras foram coladas na parede atrás da mesa de estudo da pesquisadora, mais ou menos a 70 centímetros de distância dela. A Fotografia 2 ilustra a visão da pesquisadora das questões norteadoras.

Fotografia 1 - Visão da pesquisadora sobre as questões norteadoras



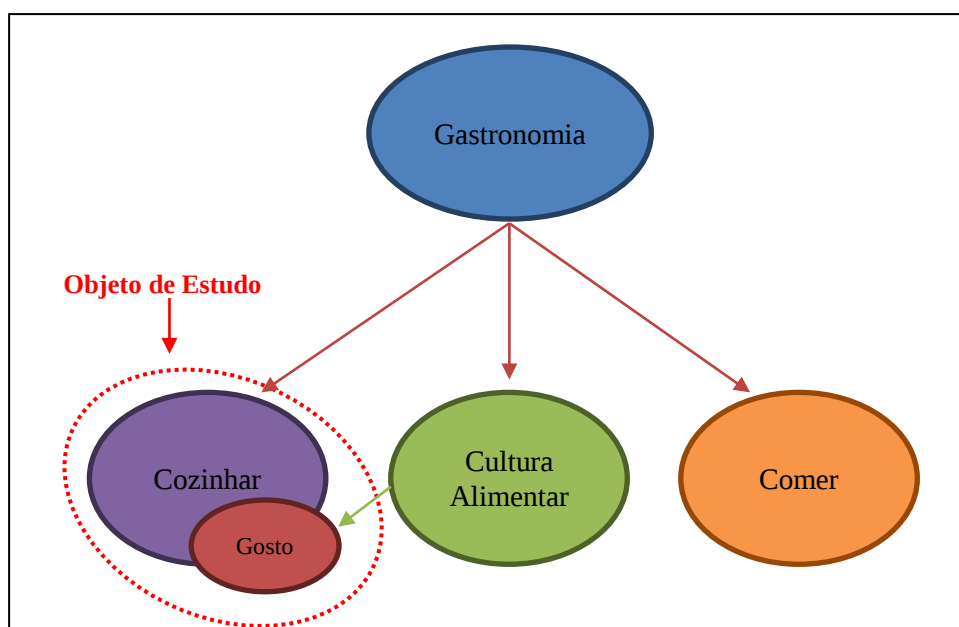
Fonte: Autora, 2015.

Após a leitura, a pesquisadora transcrevia as notas um arquivo de Word. Enquanto a transcrição era realizada as notas eram lidas evocativamente, o que proporcionava para a pesquisadora a realização da observação participativa imaginária. Isto ocorria da seguinte forma: enquanto lia, ela ia se lembrando das falas, dos cheiros, da visão, do que havia ouvido, a atmosfera organizacional e paulatinamente aperfeiçoando os dados pela observação participativa imaginária, e aí procedia-se com análises interpretativas evocativas. Assim, os

relatos iam ganhando mais análises teóricas. As dúvidas que ficavam se tornavam perguntas que eram levadas para o campo ou diretamente ou esperava-se algo relacionado se repetir para começar os questionamentos.

Passadas as primeiras observações, algumas práticas foram emergindo do campo. A prática a qual escolhemos para estudo a partir da imersão no campo foi o “cozinhar”. Cabe destacar que ao entramos em campo objetivávamos estudar o gosto. Com o passar do tempo, nas observações, a gastronomia emergiu do campo, ganhando maior força que a cozinha regional, que representaria esse gosto. Assim, compreendemos que a gastronomia comporta três práticas: o cozinhar, o comer e a cultura alimentar. A maior expressão da gastronomia no contexto situado era a prática de cozinhar e, por esse motivo, foi escolhido como a prática a ser estudada por meio da aprendizagem social, da estética organizacional e do conhecimento estético. A Figura 2 ilustra o objeto de pesquisa.

Figura 2- Objeto de Estudo



Fonte: Autora, 2015.

Após a oitava observação no RI e a quinta observação no RII, a pesquisadora começou a usar um avental e um sapato anatômico aberto semelhante ao que as pessoas usam na cozinha; o dos cozinheiros e auxiliares, na maioria das vezes é fechado. Inicialmente, tínhamos a intenção de utilizar dólma, mas verificou-se *in loco* que apenas cozinheiros e chefs utilizam-no. Assim, resolvemos utilizar a roupa com as quais todos os auxiliares começam o trabalho no restaurante: o avental. Em todas as observações foi utilizada uma touca

descartável. A Fotografia 3 mostra as vestimentas utilizadas no campo.

Fotografia 2 - Vestimentas de campo



Fonte: Autora, 2015.

Com a identificação das práticas, começou-se a realização do *zooming out*, tendo uma maior atenção sobre os limites da prática, como era executada, seus aspectos sociais, diferenças entre os restaurantes e os significados atribuídos a elas nesses lugares diferentes. Com uma melhor percepção sobre a prática, a pesquisadora começou a levar para o campo uma câmera fotográfica e um celular, por meio dos quais foram registradas algumas nuances da prática que poderiam melhor ilustrar o relato de pesquisa. Partindo daí, no mês de setembro foi organizado pela primeira vez o esboço do texto etnográfico, e assim iniciou-se um esforço teórico de maior organização da prática. Em seguida, começou-se a junção dos diversos elementos que compõem a prática. Posteriormente, foi realizada a entrevista com os proprietários dos restaurantes.

As entrevistas semiestruturadas foram realizadas junto aos proprietários dos restaurantes com o objetivo de identificar as relações sociais e os efeitos desses intermediários

na prática, para levantar os dados históricos dos restaurantes e percepções estéticas sobre os ambientes. Foram gravadas em áudio, no mesmo dia após o contato, e utilizadas sempre que eram evocadas enquanto ocorria a análise interpretativa. A entrevista encontra-se no Apêndice F e o Termo de Consentimento Livre e esclarecido encontra-se no Apêndice G. O Quadro 10 apresenta o perfil dos entrevistados.

Quadro 10– Proprietários dos restaurantes entrevistados

Entrevistado	Data	Duração	Observações
PROPRIETÁRIO do RI	12/01/2012	26 minutos e 10 segundos	Restaurante de família, filho do proprietário, administrar (financeiro, compras, estoque e pessoal) do restaurante.
PROPRIETÁRIO do RII	25/01/2012	39 minutos e 38 segundos	Sócio, administra o restaurante.

Fonte: Autora, 2015.

Todas as fotos tiradas somaram um total de 299, sempre que ia capturar uma foto pedia-se autorização aos envolvidos. As fotografias foram utilizadas para ilustrar a pesquisa.

O Quadro 11 apresenta um resumo com os detalhes da coleta e análise dos dados.

Quadro 11– Técnica de coleta de dados

Técnica	Contexto/Sujeito	Análise de dados	Categoria de análise teórica
Observação (participante), Conversas informais	Cozinha dos restaurantes, cozinheiros, auxiliares de cozinha e equipe do restaurante	Análise interpretativa evocativa	Aprendizagem social; Conhecimento como prática; Conhecimento sensível; Formação de gosto e Gastronomia
Entrevista semiestruturada	Proprietário de restaurante	Análise interpretativa	Juízo estético, conhecimento estético e aprendizagem social; comida regional
Diário de campo	Pesquisadora	Análise interpretativa evocativa	Aprendizagem social; Gastronomia; Conhecimento como prática; Conhecimento sensível; Formação de gosto; Juízo estético.
Fotografia	Ambiente do restaurante e cozinha dos restaurantes	Análise interpretativa evocativa	Categorias estéticas e juízo estético.

Fonte: Autora, 2015.

4. O PRATO PRINCIPAL: apresentação e análise dos resultados

A vida organizacional em um restaurante é marcada por demonstrações de percepção estética: é a utilização das mãos para sentir se a temperatura está boa, os ouvidos para ouvir os apitos dos fogões, o nariz para sentir se o alimento está em bom estado de conservação, os olhos para observar se o ponto de cocção está correto, o paladar para experimentar se o gosto está saboroso e o juízo estético que muitas vezes é compartilhado com a socialmente.

A estética da vida organizacional se manifesta de muitas maneiras e está imbricada no processo de aprendizagem, geração e transmissão de conhecimento sensível do cozinhar como prática. No momento em que as pessoas conhecem a gastronomia, seja trabalhando em um restaurante como cozinheiro, desenvolvendo um prato, aprovando um prato, gerenciando, ouvindo os clientes, experimentando a comida, visitando um restaurante, apreciando um prato e realizando pesquisa *in loco*, elas estão também participando esteticamente da vida organizacional.

Nesta seção, foram apresentados e analisados os dados da pesquisa. São “fragmentos da vida organizacional” (STRATI, 2007a) que aparecem como resultado da pesquisa estética de inspiração etnográfica, por meio da realização do *zooming in* e do *zooming out* (NICOLINI, 2009) e ajudam a formar um “texto aberto” (STRATI, 2007a; 2007b).

No texto aberto, são primeiramente apresentados os espaços organizacionais onde foi realizada a pesquisa, a saber, o *Marítimos Restaurante* e o *Picuí Praia* (O Termo de consentimento livre e esclarecido encontra-se, respectivamente, nos Anexo A e B), em que foram apresentados o histórico, o sistema de funcionamento, a força de trabalho, a cozinha e o ambiente de serviço da alimentação. Este último foi descrito e analisado de acordo com as categorias estéticas. Emergiu principalmente o pitoresco ressaltando a caracterização dos restaurantes para representar aspectos de sua cozinha, aspectos cuidadosamente pensados para transmitirem a clientes, funcionários, fornecedores e pesquisadores um sentido estético específico.

Neste estudo, compreende-se prática de cozinhar como um conjunto de atividades institucionalizadas por juízos estéticos sociais e normativos, socialmente reconhecidas dentro do *Marítimos Restaurante* e do *Picuí Praia*. É ainda um processo aberto, no qual se constrói e reconstrói a sociedade, são constantes no tempo e no espaço e podem se adaptar a novas circunstâncias (GHERARDI, 2001).

Por sua vez, a prática identificada como saliente no contexto organizacional investigado (dois restaurantes) e analisada nesta seção foi o “cozinhar”, que é componente de uma textura maior denominada gastronomia. A prática de cozinhar, ou seja, cozinhar como prática foi escolhida por ser muito significativa no contexto estudado, podendo-se demonstrar o seu processo de aprendizagem, assim como os elementos estéticos salientes à prática, demonstrando que cozinhar é uma prática envolta em um conhecimento predominantemente sensível, embora ela não seja a única existente nas organizações.

Por esse motivo, a seção apresenta o estudo da prática de cozinhar por meio da aprendizagem social situada e da estética organizacional. Explicando como um novato faz para se tornar engajado, enquanto assimila o currículo situado, adotando as normas e o jeito de fazer característico do grupo, ele está também utilizando suas faculdades perceptivas, o juízo estético e denominadas categorias estéticas.

Em um segundo momento, foi evidenciado com as faculdades sensoriais perceptivas são usadas na prática de cozinhar. Tornou-se evidente que a prática ocorre por meio do que é palpável, visual, olfativo, audível, gustatório e do juízo estético feito pelo ator social e de como este é coletivo e aprendido. Corroborando com isto, será evidenciada a maneira como se forma o conhecimento sensível a partir dos resultados obtidos no campo e, finalmente, será realizada uma avaliação estética sobre cozinhar como prática.

Convida-se o leitor a se engajar em um processo de observação participante imaginária, ativando as suas faculdades perceptivo-sensoriais e seu juízo estético para investigar a vida organizacional de maneira sensível a partir do relato apresentado, colocando-se como um pesquisador em campo enquanto lê os fragmentos. Dito de outro modo, convida-se o leitor a fazer uma leitura evocativa participante da pesquisa realizada em dois restaurantes da cidade de João Pessoa (PB) que será apresentada a seguir.

4.1 RESTAURANTES ESTUDADOS

Como já mencionado, esta pesquisa foi realizada simultaneamente em dois restaurantes de João Pessoa (PB). Estas organizações tinham como foco a cozinha regional, assim, abrigavam em seus espaços organizacionais elementos estéticos culturais relacionados, evocam aspectos específicos da comida de praia (pescados e frutos do mar) e da comida do sertão. Neste tópico, buscou-se fazer uma caracterização estética perceptiva da história e do ambiente das organizações estudadas. Além da descrição de alguns aspectos históricos e estruturais, existe uma ênfase sobre aspectos estéticos dos espaços de comensalidade por se

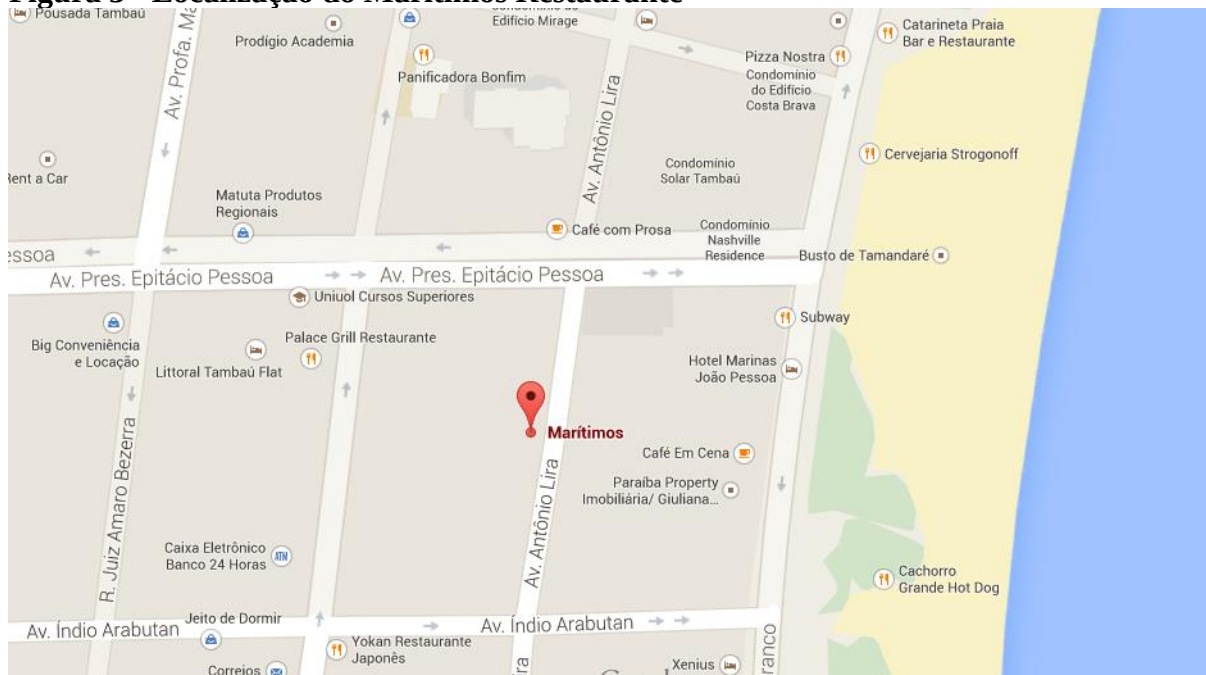
acreditar que esses aspectos fazem parte da gastronomia. Contudo, torna-se necessário deixar claro que:

“saber se uma organização é ou não realmente como foi descrita é totalmente irrelevante para o juízo estético e para a compreensão estética da organização. Isso porque a representação não “representa” a organização: ela não possui representatividade e, portanto, não é comensurável com as representações da organização produzida por seus membros” (STRATI, 2007a, p. 220).

Isso porque a caracterização dos restaurantes se trata da representação da pesquisadora e, embora em alguns momentos esta representação estejam de acordo com a percepção estética dos proprietários dos restaurantes e de alguns funcionários, não representam nem soma, nem um mosaico dessa representação, mas cada apreciação estética “fala” sobre uma característica distintiva, limitada e importante sobre a organização: são estes aspectos ímpares que formam a representação. Assim, as fotografias que foram apresentadas podem ajudar o leitor a construir a sua própria representação sobre os espaços organizacionais onde esta pesquisa foi realizada (STRATI, 2007a).

O *Marítimos Restaurante* (RI) foi fundado em 18 de novembro de 2010, localiza-se em Cabo Branco na Avenida Antônio Lira, a 180 metros da Orla de Cabo Branco, como é possível visualizar na Figura 3.

Figura 3 - Localização do Marítimos Restaurante



Fonte: Disponível em: <<http://maps.google.com.br/maps>>. Google Maps (2014)

O avô do proprietário do RI inaugurou seu primeiro restaurante em 1967. O pai

(um dos proprietários) começou a trabalhar neste estabelecimento desde os 12 anos de idade. Em 1983, o seu pai veio a falecer e ele decidiu assumir o negócio aos 21 anos, abandonou a faculdade de Engenharia Química e começou a dedicar-se exclusivamente ao restaurante. Em 1986, ele se casou e a sua esposa começou a participar do negócio. Em 1999, o filho mais velho começou a envolver-se e atualmente ajuda a administrar os restaurantes. O restaurante é de família e o proprietário possui outros restaurantes em João Pessoa e em Campina Grande.

A ideia de abrir o restaurante surgiu da identificação de uma lacuna de um restaurante de destaque com localização fora de um shopping. Na época não existia restaurante especializado em frutos do mar na cidade e assim surgiu a ideia de abrir um bom restaurante com um perfil diferenciado, especializado em frutos do mar. A Fotografia 4 ilustra a frente do local.

Fotografia 3 - Visão de frente do Marítimos Restaurante



Fonte: Autora, 2015.

O restaurante tem capacidade para atender simultaneamente 118 clientes. Funciona todos os dias, de 11h30 até 15h30 durante o dia e de 18h30 a 23h00 durante a noite, nos domingos só funciona durante o dia e nas sextas e nos sábados tem o seu horário estendido até 00h00 horas. O sistema de atendimento *à la carte* é servido em todos os horários que o restaurante está aberto, são pratos para duas, três ou quatro pessoas. O bufê (*self-service*) funciona todos os dias de segunda-feira a sexta-feira na hora do almoço. Às sextas e sábados à noite existe uma barca (ver Fotografia 12) de frutos do mar e frios, é uma mesa *self-service* sobre um barco.

Possui como força de trabalho 26 funcionários, sendo 14 da cozinha, destes 4 cozinheiros, 10 auxiliares, com aqueles que trabalham na copa. Na maioria das vezes as observações foram realizadas no turno da noite. Existiam na cozinha três profissionais, um ou dois cozinheiros e um ou dois auxiliares, isso porque a equipe folga de segunda-feira a quinta-feira, nas sextas e nos sábados trabalham quatro funcionários na cozinha. Um desses auxiliares se revezava entre auxiliar os cozinheiros e lavar louças em uma copa anexa à cozinha e o outro além de auxiliar os cozinheiros era responsável por fazer as sobremesas.

As observações foram concentradas na cozinha do restaurante: cozinha industrial toda aparelhada como um fogão de oito bocas, banho maria, chapa, três frízeres (um horizontal e dois verticais), dois refrigeradores, um balcão com estufa, um forno, um forno micro-ondas, uma fritadeira, duas pias com três cubas, dois balcões e um exaustor. A Fotografia 5 apresenta a cozinha.

Fotografia 4 - Cozinha RI



Fonte: Disponível em: <http://www.maritimorestaurante.com.br/360.php> Marítimos Restaurante, 2015.

O RI é pitoresco em sua decoração: logo na entrada existe uma rampa, ao redor um jardim aberto e posteriormente do lado esquerdo, no final da rampa, um terraço. O jardim com grama verde e bem cuidada, palmeiras de diversos tamanhos e pinheiros, no lado esquerdo possui duas mesas pequenas com quatro cadeiras cada, no lado direito só plantas e uma fonte por baixo de uma janela retangular que pega quase toda a frente do restaurante. O terraço é no estilo pergolado, todo em madeira, com mais duas mesas onde é possível ser servido ali mesmo, por trás mais uma fonte que sai da parede. A rampa toda em madeira

lembra a entrada de um navio, termina na porta de vidro que dá acesso à entrada do restaurante. Já do lado esquerdo, é possível perceber as janelas em vidro de onde é possível ver um dos ambientes do restaurante. A Fotografia 6 ilustra o ambiente externo.

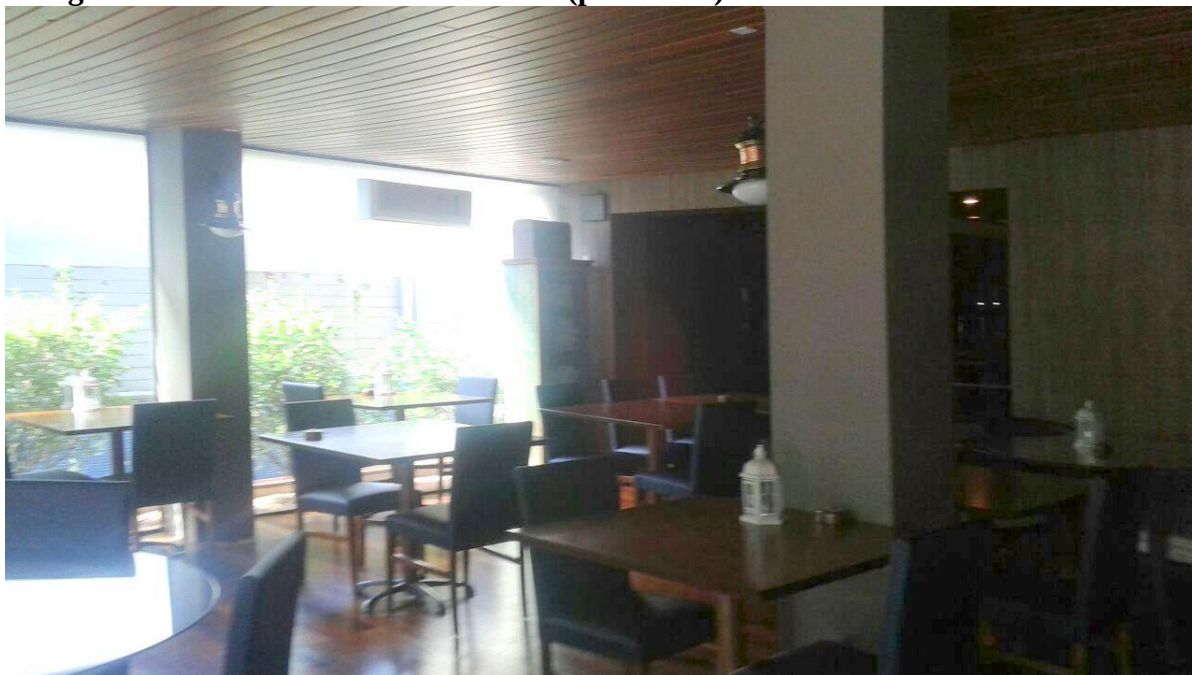
Fotografia 5 - Ambiente externo



Fonte: Autora, 2015.

Ao entrar no restaurante existe um salão com mesas redondas e quadradas. As redondas para cinco ou oito pessoas, as quadradas para duas e quatro pessoas e as retangulares para seis. O piso e teto são revestidos em madeira que lembra o interior de um barco. A Fotografia 7 ilustra os detalhes do ambiente interno.

Fotografia 6 - Ambiente interno do salão (piso e teto)



Fonte: Autora, 2015.

O ambiente é todo decorado com moveis antigos, alguns são cristaleiras em madeira e vidro. As paredes são decoradas com cartas náuticas envelhecidas que lembram mapas de um tesouro, outras são em pedras ou vidro e madeira. As luminárias são quadradas ou também remetem ao tema náutico. A Fotografia 8 ilustra as paredes e as luminárias e a Fotografia 9 ilustra os moveis antigos.

Fotografia 7 - Paredes em pedras e cartas náuticas



Fonte: Autora, 2015.

Fotografia 8 - Cristaleira em móvel antigo



Fonte: Autora, 2015.

Em todo o ambiente existem aspectos que fazem referência ao mar e à navegação: bússola, âncora, leme, capacete antigo de mergulho, esfera armilar, sino, globo antigo, um barco a vela em miniatura e um barco em madeira com cerca de dois metros e meio, popularmente chamado pelos atores do restaurante de “barca”. A Fotografia 10 apresenta a Bússola, a Âncora e o Leme, Fotografia 11 apresenta o Capacete antigo de mergulho, a Esfera armilar, o Sino, o Barco a vela em miniatura e Globo antigo, a Fotografia 12 apresenta Barco em madeira - A barca.

Fotografia 9 - Bússola, âncora e leme



Fonte: Autora, 2015.

Fotografia 10 - Capacete antigo de mergulho, esfera armilar, sino, barco a vela em miniatura e globo antigo



Fonte: Autora, 2015.

Fotografia 11 - Barco em madeira "A barca"



Fonte: Autora, 2015.

Com esse visual, o *Marítimos Restaurante* evoca os filmes antigos sobre navios, o mar e a praia. A categoria do belo, a beleza está em toda parte e em cada detalhe. Quando perguntado sobre o ambiente, o filho do proprietário explicou “Eu acho o restaurante da gente bastante estilizado, todo mundo elogia isso. Inclusive, a gente tem a barca, o piso da gente é de navio e o pessoal se veste como pirata” (PROPRIETÁRIO do RI, ENTREVISTA). No restaurante, o pitoresco pode ser demonstrado em cada detalhe, toda a decoração náutica lembra o mar e a praia, inclusive na roupa dos garçons, uma roupa que lembra a vestimenta de um pirata.

O *Picuí Praia*, restaurante II (RII), foi fundado em 1 de janeiro de 1994, localizava-se em Tambaú na Rua Aluísio Franco. Neste local ficou por pouco tempo, e logo depois foi transferido para a Avenida João Maurício, na orla de Manaíra. A Fotografia13 apresenta o segundo endereço (Avenida João Maurício).

Fotografia 12 - Segundo endereço Picuí Praia - Avenida João Maurício



Fonte: Disponível em: <<http://maps.google.com.br/maps>>. Google Maps (2014)

O Proprietário do RII trabalhou 19 anos na área administrativa de um clube em João Pessoa, era responsável por toda parte administrativa. O irmão (e sócio) tinha um pequeno bar no interior da Paraíba que, passado algum tempo, ele resolveu fechar e abriu um pequeno bar (estilo quiosque) no bairro do Bessa. Em 2004, surgiu a oportunidade de fazer um investimento maior, pois o primo dos Proprietários era proprietário do restaurante e estava desistindo do negócio e querendo ir para outra área. O restaurante funcionava com dificuldade porque o proprietário estava desmotivado com o ramo. O primo ofereceu-o aos atuais proprietários e eles se tornaram sócios, assumiram o negócio em agosto de 2004 e aos poucos foram investindo na empresa.

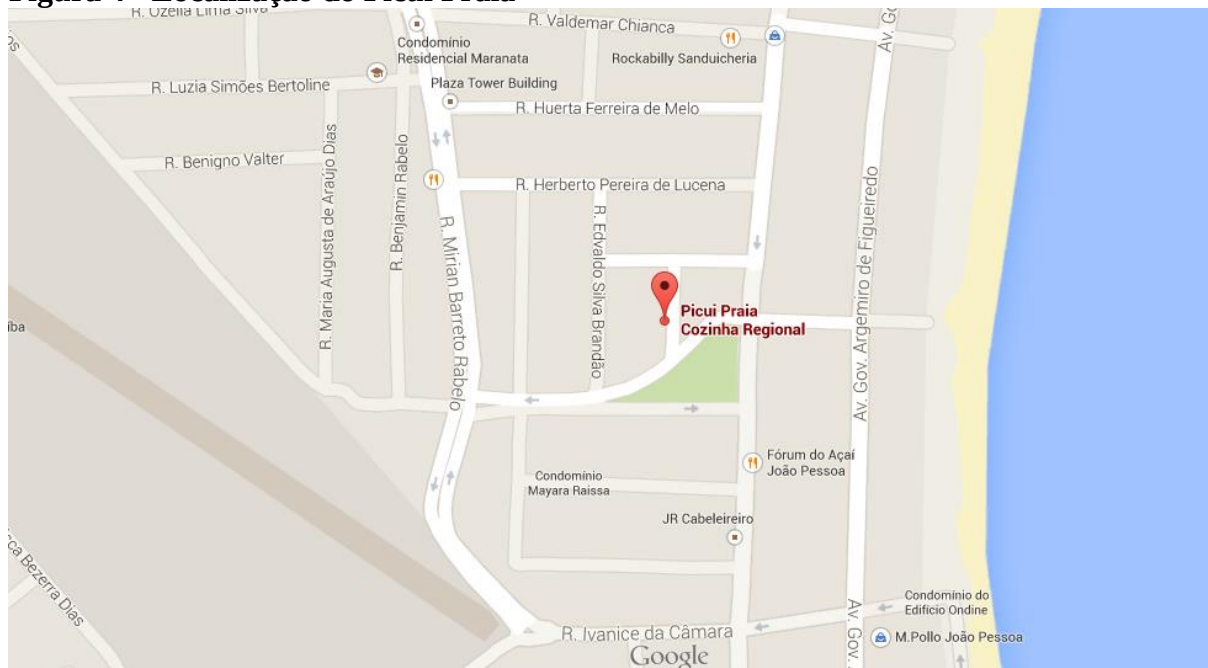
Em 2011, o proprietário do antigo ponto ofereceu o local aos atuais proprietários. Inicialmente eles tiveram interesse em comprar, mas após cuidadosas reflexões desistiram em face de o local ser muito caro e pouco adequado às necessidades do restaurante, já que o ambiente era uma casa que foi adaptada, sem estacionamento, poluído sonoramente. Por outro lado, o ponto era bastante interessante, pois era bem localizado na orla, lugar de fácil acesso, perto de três grandes hotéis, mas não compensava pois era necessário um grande investimento que deixaria muito dinheiro imobilizado.

O local foi comprado e eles tiveram seis meses para desocupar o imóvel. Com o passar do tempo, os proprietários do restaurante negociaram com os novos proprietários do imóvel e foi possível permanecer no antigo endereço durante toda a obra.

Em 15 de agosto de 2013, o restaurante se mudou para o atual endereço, Rua

Severino Linhares Pordeus, 59 - Jardim Oceania, localizado a 300 metros da Praia do Bessa. A Fotografia 4 apresenta a localização do RII.

Figura 4 - Localização do Picuí Praia



Fonte: Disponível em: <<http://maps.google.com.br/maps>>. Google Maps (2014)

Após a mudança, os proprietários acreditavam que teriam dificuldades em receber clientes, principalmente turistas, e tinham uma grande preocupação em como trazer o cliente. Assim, foi realizado um trabalho em duas redes sociais e os resultados foram surgindo. Atualmente, ainda estão conquistando novos clientes, mas percebeu-se que a clientela mudou, concentrando-se nas classes A e B. Em relação aos turistas, na alta temporada receberam clientes São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Minas Gerais, já no novo endereço. A Fotografia 15 ilustra visão de frente do RII.

Fotografia 13 - Visão de frente - Picuí Praia



Fonte: Autora, 2015.

O restaurante tem capacidade para atender simultaneamente 400 clientes. Funciona de terça a domingo, abrindo às 11h00 e fechando às 23h00. Fechado nas segundas-feiras, permite ao restaurante dar folga simultânea a todos os funcionários. O sistema de atendimento é *à la carte* de terça à sexta e bufê (*self-service*) no sábado e domingo. Possui como força de trabalho 29 funcionários, destes, quatro são cozinheiros e quatro são auxiliares de cozinha. Durante os fins de semana são contratados, no mínimo, 15 funcionários extras. Na maioria das vezes as observações foram realizadas no turno da noite. Existiam na cozinha dois cozinheiros e dois auxiliares. Um desses auxiliares se revezava entre auxiliar os cozinheiros e lavar louças em uma copa anexa à cozinha.

As observações foram concentradas na cozinha do restaurante, cozinha industrial toda aparelhada como um fogão de 8 bocas acoplado com banho maria e chapa, três frízeres (um horizontal e dois verticais), dois refrigeradores, um forno, um forno micro-ondas, uma fritadeira dupla, duas pias, dois balcões e um exaustor. A cozinha é vazada com um balcão que apresenta vista para o salão do restaurante proporcionando aos clientes observarem o trabalho dos cozinheiros e os cozinheiros observarem o salão do restaurante. Por esse espaço, a pesquisadora esporadicamente observava também o salão do restaurante. A Fotografia 15 apresenta a cozinha do RII e a Fotografia 16 apresenta a visão da cozinha para o salão.

Fotografia 14 - Cozinha RII



Fonte: Autora, 2015.

Fotografia 15 - Visão da cozinha para o salão



Fonte: Autora, 2015.

O RII é pitoresco em sua decoração, evoca a varanda da casa da fazenda ou daquela casa de um sítio ou aquele restaurante de estrada. Na arquitetura rústica, o piso tem detalhes em madeira, tijolos aparentes e é feito em cimento queimado, as paredes são abertas, com colunas em tijolos aparentes e madeira, de dia é possível perceber a luz natural que entra

no ambiente. Além disso, as luminárias são cobertas com artefatos decorativos de madeira, em uma das entradas há alguns vasos de plantas com um teto vazado em madeira. A Fotografia 17 ilustra o ambiente do RII, a Fotografia 18 ilustra a uma das entradas do restaurante e a 19 ilustra a luminária rustica.

Fotografia 16 - Ambiente interno RII



Fonte: Autora, 2015.

Fotografia 17 - Luminária rústica



Fonte: Autora, 2015.

Com esse visual, não é difícil reportar as memórias para um lugar familiar e prazeroso, logo, o belo e o sublime estão muito presentes no ambiente. O restaurante tem muitos detalhes rústicos: na parte superior da mesa de *self-service* existem algumas miniaturas de animais — bois, cavalos e bodes que remetem às carnes que são servidas no local, como também ao leite da vaca que é matéria prima para o queijo de coalho, e, ainda, existem outros quadros que trazem imagens de um boi. A Fotografia 19 ilustra as esculturas dos animais.

Fotografia 18 - Esculturas dos animais



Fonte: Autora, 2015.

No centro do restaurante existe um jardim aberto com pedras brancas e marrons no piso e três plantas diferentes, circulado com uma pequenina cerca em madeira. Na parte posterior ao jardim, existe uma parede que remete à literatura de cordel composta de xilogravuras que remetem ao sertão, ao sertanejo, às danças, às músicas e aos músicos paraibanos. A Fotografia 20 ilustra as xilogravuras.

Fotografia 19 - Xilogravuras



Fonte: Autora, 2015.

Durante a realização da entrevista com o proprietário do restaurante, foi-lhe perguntado como havia sido escolhida a decoração do restaurante e qual a percepção dele sobre ela. Em partes de sua fala é possível perceber como o ambiente foi pensado para evocar nos clientes aspectos sensíveis:

“É... a gente sempre optou por um restaurante é... sem aquela composição de, de ambiente muito fechado, a proposta inicial era justamente um restaurante aberto que até a gente acha que o... cliente entende melhor isso onde ele pode estar em um ambiente e estar vendo, estar vendo a rua, estar vendo a praça (na diagonal do restaurante existe uma praça), estar vendo as pessoas, diferente de outros que a pessoa entra e só vê parede, então a ideia inicial era justamente de um restaurante com essa configuração. E a decoração é..., como é comida regional, puxando para o rústico, por isso que a gente tem madeira, o piso é cimento queimado, né?! Não ter coisa muito sofisticada, mas tem aquela... remete a comida, para fazer um *link* entre a comida regional e o ambiente com a aparência mais rústica onde tem muita madeira e tal. (...) Pra ser comida regional tem que ter esse *link*, não ia ficar bacana a gente vender comida regional, vender carne de sol, vender bode na brasa, galinha de capoeira em um piso de granito, né?! Com as paredes de mármore ou coisas do tipo (...) com uma decoração com lustres de cristal (...) a ideia é não o sofisticado, mas o rústico que chama atenção”.

Pesquisadora: esse ambiente com aparência mais rústica lhe remete, pessoalmente, a quê?

“Há, primeiro remete há... ao interior da Paraíba, às cidades do interior, é...de onde eu sou por sinal, eu não sou de João Pessoa, sou de uma cidade do interior da Paraíba, e remete muito a isso, ao rústico (...) (PROPRIETÁRIO DO RII, ENTREVISTA).

As impressões experimentadas pela pesquisadora encontram concordância com o discurso do Proprietário do RII. Segundo ele, a estética do ambiente foi pensada para evocar no cliente um tipo de sensação específica que está diretamente ligada a comida regional. Logo, como mencionado pelo Proprietário do RII, o que é visto, seja a rua, a praça e as pessoas evoca também uma percepção de cidade de interior, onde as portas estão “sempre abertas”, onde é possível observar a rua, as pessoas e a praça. O ambiente foi pensado para provocar nas pessoas sensações mediante a utilização da faculdade perceptiva-sensorial da visão e antes mesmo de se experimentar a comida regional, os clientes desfrutam de um ambiente regional que lhe “chame atenção”. O ambiente é pitoresco, pois existe uma relação entre a estética da vida organizacional experienciada enquanto o cliente (e também o proprietário, funcionários e principalmente a pesquisadora pelo estranhamento) que frequenta o restaurante e o processo evocativo da experiência estética referente aos lugares com características comuns outrora experienciados (STRATI, 2007a).

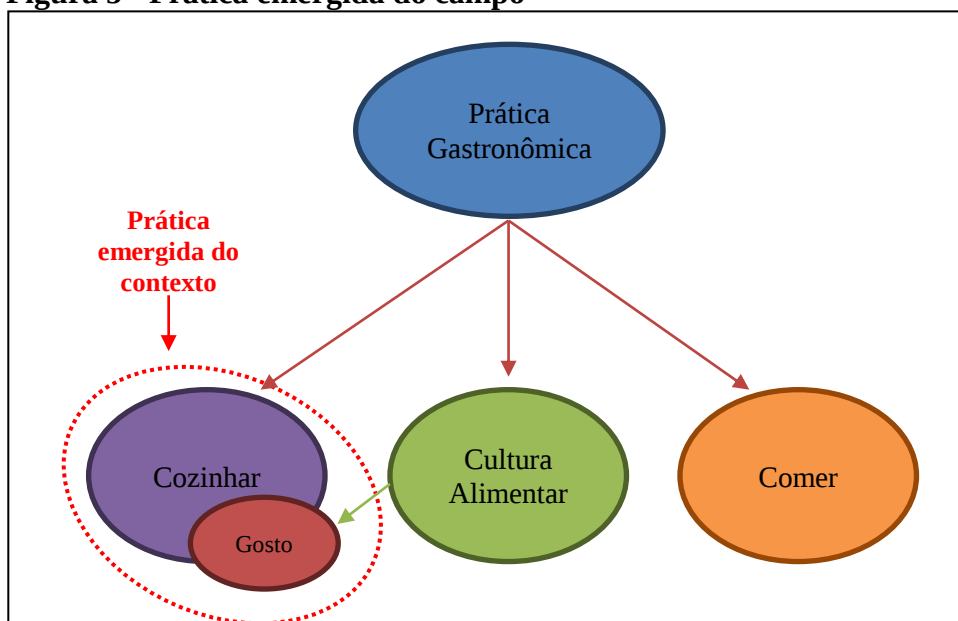
4.2 COZINHAR COMO PRÁTICA

A gastronomia envolve três aspectos, que aqui podemos denominar práticas que

constituem uma textura: a arte de cozinhar, de comer e a cultura da alimentar de um povo, envolve ainda o serviço em torno da alimentação (KIVELA, CROTTS, 2006; GAČNIK, 2012). Assim, cozinhar pode ser entendido como uma prática, pois a gastronomia vai além do processamento, produção e degustação de alimentos, mas representa a produção e a reprodução da cultura de uma sociedade situada, assim, vai além de uma atividade de trabalho, passando a ser a (re)produção da sociedade em si (GHERARDI, 2006, 2013; 2014; AZEVEDO, 2013; BISPO, 2013a, 2013b). Por ser também uma experiência sensorial (KIVELA, CROTTS, 2006), permite ao ator social a utilização das faculdades perceptivas que é também carregada de conhecimento sensível e comumente expressa por juízo estéticos, em suas mais variadas dimensões, no cozer, no comer e no compartilhar social (GHERARDI, 2013).

Destas três práticas identificadas, a prática mais saliente nas organizações foi o “cozinhar” ou “fazer gastronômico” escolhido por ser um aspecto indispensável das organizações gastronômicas e por, de forma bem evidente, expressar a aprendizagem, a geração e a transmissão de conhecimento e está completamente envolto em aspectos estéticos e de conhecimento sensível, como será demonstrado no decorrer da seção. A Figura ilustra a prática que emergiu do campo.

Figura 5 - Prática emergida do campo



Fonte: Autora, 2015.

“Cozinhar como prática” no contexto estudado se vincula diretamente à cozinha regional e a um “gosto” de João Pessoa. Essa percepção foi construída durante o processo de

observação e apurada durante as entrevistas com os proprietários dos restaurantes.

Nesse sentido, é possível perceber que a aprender a cozinhar com prática está imbricada no conhecimento sensível dos diversos atores envolvidos. E, ainda, associa-se à cozinha regional por meio do gosto em dois restaurantes, que é um juízo estético compartilhado não apenas entre cozinheiros, auxiliares de cozinha, mas com os proprietários de restaurantes.

Do mesmo modo, o cozinhar como prática é sustentado por meio de uma comunidade que é denominada neste trabalho como comunidade de cozinheiros (LAVE, WENGER, 1991; NICOLINI, 2013). Nas observações, nas conversas informais e nas entrevistas realizadas, um dos aspectos emergentes é a maneira como a cozinhar como prática era desempenhada pela comunidade observada. Esclarece-se que a partir do processo de *zooming in* e do *zooming out* nos dois restaurantes foram identificados dois grupos que compõe a comunidade de cozinheiros: a) cozinheiros e auxiliares de cozinha do RI; e, b) cozinheiros e auxiliares de cozinha do RII. Isso porque os dois representam a forma de fazer a comida regional de João Pessoa.

No que se refere à aprendizagem da prática cozinhar, o grupo observado foi composto por cozinheiros e auxiliares de cozinha nos restaurantes I e II. Contudo, entende-se que se trata apenas de um grupo sem a distinção de níveis hierárquicos, pois a prática é uma só, aprendida, gerada e transmitida entre cozinheiros e auxiliares de cozinha.

Assim, optou-se pela realização de uma única narrativa dos dois restaurantes com escrita semificcional, como orientam Humphreys e Watson (2009) para a escrita tipo etnográfica, interpretada com base em Strati (1992, 2000, 2007a, 2007b, 2010, 2014). Deste modo, torna-se possível construir um único relato sobre como o cozinhar como prática ocorre no contexto situado da cozinha regional de João Pessoa (PB). A seguir, apresenta-se a análise dos resultados sobre a aprendizagem do cozinhar como prática com base em Strati.

4.2.1 Aprendizagem e conhecimento sensível do cozinhar à luz de Strati

Quando um novato adentra um novo local de trabalho ele se depara com uma nova prática. Embora seja um cozinheiro, existem novas regras, novos padrões comportamentais. Cabe ao novato aprender e reconhecer esses padrões comportamentais a fim de conseguir legitimação. Pois, a aprendizagem é uma atividade relacional, espera-se investimento pessoal dos novatos para fazer parte da comunidade e assim conhecer as atividades, regras, rotinas e normas de um grupo (GHERARDI; NICOLINI; ODELLA, 1998).

O Mateus entrou para trabalhar no restaurante no dia 21 de agosto de 2014. Em certa ocasião, no dia 03 de setembro do mesmo ano, ele conversava com a Flávia sobre a inserção de pratos no *bufê* que é servido nos fins de semana. Estavam na cozinha apenas o cozinheiro (Mateus), a auxiliar (Flávia) e a pesquisadora. Em dado momento, o Mateus, há apenas 13 dias trabalhando no restaurante, disse “Eu sei fazer várias coisas, mas tentei colocar no *bufê* e ninguém deixou. No sábado eu tentei fazer a Paella, mas ninguém deixou, só diziam para fazer o outro prato que fazem todas as semanas”. A Flávia então perguntou “Por que você não faz?” O Mateus respondeu: “Porque é difícil, quando a pessoa entra assim, ninguém deixa ‘o cara’ fazer nada” (NOTAS DE CAMPO, SETEMBRO, 2014).

Os cozinheiros podem sugerir pratos novos que não estejam no cardápio. Se todos os ingredientes existirem no estoque, eles podem fazer receitas novas, definidas em negociações entre a equipe. Sendo um novato, o Mateus ainda não foi capaz de participar da negociação, o seu “saber” foi ignorado, não é um conhecimento prático, pois não está legitimado ainda pelo grupo, o que impede que o cozinheiro participe da prática, ou seja, impede de que ele coloque o “saber-fazer” em prática, porque o padrão de ação dele é diferente da comunidade de praticantes (BISPO, 2012; GHERARDI, 2009; NICOLINI, GHERARDI, YANOW, 2003). O Mateus, que é um novato, não foi capaz de perceber o currículo situado. Mesmo ele reconhecendo aspectos do currículo situado, logo que ele menciona a reprodução social quando afirma “fazem todas as semanas”, ele expressa a sua percepção ao ter suas sugestões não atendidas pelos cozinheiros mais experientes da organização e que fazem parte da prática.

Nesse caso, o Mateus não tem a sua ação efetivada porque não aprendeu a agir no mundo social de modo que sua participação não foi efetiva. Isso acontece primeiro porque ele não identificou o currículo situado e por isso tenta aplicar “conhecimentos prévios” independentes do contexto. Como ele não é um membro legitimado, suas observações não são consideradas, assim, ele não faz parte da negociação. Embora a prática não seja realizada sem negociação, o que inclusive explica seu caráter provisório, é necessário se tornar um praticante para participar da negociação da prática de trabalho. E, segundo, porque ele não se legitimou socialmente, a identificação do currículo situado é o primeiro passo para uma participação efetiva (GHERARDI, NICOLINI, ODELLA, 1998; NICOLINI, 2013).

Durante as primeiras observações, destacou-se a participação da Silvia, cuja principal atividade era fazer as saladas. Ela havia entrado no restaurante no mês de abril de 2014. Durante as observações de julho de 2014, a Silvia era extremamente insegura e não tomava uma decisão sem pedir autorização, fazia apenas atividades mais básicas como cortar

verduras, lavar louças, limpar o ambiente e seus olhos demonstravam insegurança e medo. Ao observar a pesquisadora, ela olhava de forma indireta e rápida e baixava a cabeça. Em alguns momentos, observou-se participando com os demais colegas do grupo de trabalho, ela observava, era chamada pelos demais para ajudar em outras atividades e buscava colaborar (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014).

Passado um mês, em uma observação no domingo, onde as duas equipes (dia e noite) trabalham juntas, observou-se um comportamento diferente da Silvia em relação ao grupo de trabalho. Ela corria de um lado para o outro na cozinha auxiliando os três cozinheiros, fazendo e montando pratos junto ao grupo de trabalho. Desempenhava atividades de maneira segura, concentrada no trabalho, trabalhava totalmente desenvolta na cozinha e não se preocupava mais com a presença da pesquisadora. Em dado momento, a Raissa chama a Silvia e começa a ensiná-la verbalmente a fazer um prato, a pesquisadora observa de longe (a aproximadamente quatro metros de distância), mas é possível ouvir a Raissa explicando o passo-a-passo (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

Enquanto explica, em determinado momento, a Raissa exclama: “eu coloco molho de peixe também porque fica mais gostoso, é para colocar apenas molho de camarão, mas... coloco um pouco de peixe também, entendeu?! Fica gostoso! Nesse momento ela dá um sorriso, piscada com um dos olhos e faz um som ‘Tchi’”. A Silvia tira mais algumas dúvidas sobre o prato e se dirige para o outro lado do fogão e começa o preparo. Ela se coloca de frente para Raissa (a cozinheira continua preparando outros pratos). Quando tem dúvidas ela olha para a Raissa, e instantaneamente a cozinheira diz: “Isso, é assim?”. E começa a fazer mostrando enquanto fala. Ou então a Silvia faz perguntas como “Tá bom essa quantidade?” E a Raissa responde e cozinha simultaneamente (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

No que se refere a cozinhar como prática, enquanto a Raissa ensinava a Silvia a preparar o prato, ela explicou a atividade gastronômica situada quando disse “eu coloco molho de peixe também porque fica mais gostoso, é para colocar apenas molho de camarão, mas... coloco um pouco de peixe também”, ensinou o currículo situado, isto é, o que Silvia precisava “saber-fazer” para engajar-se no grupo. Isso foi possível por causa da interação. Percebe-se que o conhecimento compartilhado de maneira discursiva é coletivo. Ressalta-se que, quando a Silvia pergunta se o prato estava sendo executado de maneira correta, corresponde a uma resposta social às normas da prática a fim de deixar o prato mais gostoso (GHERARDI, 2006; GHERARDI, 2014a), mas difere da ficha técnica do prato, corroborando com o que Brown e Duguid (1991) defendem quando explicam que a maneira como as pessoas realizam o trabalho é diferente do modo como está descrito nas normas formais.

Ao se apropriar da prática gastronômica, o cozinheiro aprende fazendo enquanto um novato pratica o currículo situado, mas nem sempre ele faz da maneira considerada correta pelo grupo. Essa percepção é justificada por perguntas como “Isso é assim? “Tá bom essa quantidade?”. Quando o novato consegue, com auxílio dos praticantes mais experientes, reproduzir a prática e assim aprender, ele continua a se legitimar. Quando ele não consegue aprender só pela observação geral, um membro mais experiente exemplifica a atividade que está sendo compartilhada. Como, por exemplo, observou-se quando o Artur disse para a Flávia “Cuidado na hora de virar o prato para não melar a batata frita”, a Flávia continuou fazendo da mesma maneira. O Artur parou tudo que estava fazendo, se aproximou da Flávia e montou ele mesmo o prato para não melar a batata, e no fim disse “Está vendo como faz?” (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014). A aprendizagem do cozinhar como prática acontece por meio da interação, do “saber-fazer” e da observação. Muitas vezes um praticante mais experiente demonstra o “como fazer” e o novato aprende por meio da observação direta.

Em outro momento, a Flávia ensina o Mateus (novato) a bater na carne “Tem que bater na carne assim”, diz a Flávia. O Artur se aproxima e continua ensinado o Mateus enquanto bate forte como um martelinho na carne “A gente bate até ficar macia, tá vendo?”. O Mateus bate com força na carne e pede para que o Artur toque a carne para ver o ponto, ele diz “Eu sei, é assim, né?”, em seguida a Flávia sai e deixa o novato sozinho executando a atividade. A pesquisadora observa atentamente, o novato faz do jeito que o Artur e a Flávia ensinaram, o Mateus estava batendo, então parou, pensou, chamou o Artur e perguntou “Está bom?”, em seguida continuou batendo mais um pouco (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

O bom, ao qual o Mateus se refere não tem um sentido ético, mas sim um sentido estético, está associado ao fazer correto. Ao fazer considerado correto pelos membros do grupo, ou seja, é o currículo situado. O bom é um padrão institucionalizado por meio da gastronomia como uma prática cotidiana e saber fazer esse bom é ao mesmo tempo se legitimar no grupo.

Em determinado momento, na mesma observação de domingo, o Luiz entra na cozinha para observar e se aproxima da Silvia e diz alto: “você está de parabéns, tá de parabéns mesmo, tá pronta para ir para a noite, quer ir para noite?”. Silvia escuta tudo enquanto cozinha, continua de cabeça baixa, envergonhada, mas com o semblante tranquilo responde baixo e timidamente “Não!”. Ele continua falando “Realmente você está de parabéns!” Todos na cozinha observam o elogio e permanecem calados. Enquanto Luiz deixa a cozinha, observo que o semblante de Silvia muda, ela agora tem um “ar de riso” nos lábios e

ao mesmo tempo, parece preocupada. A pesquisadora continua observando Silvia por mais alguns instantes. Ela percebe estar sendo observada, levanta o rosto e olha para pesquisadora de maneira desconfiada, tímida. A pesquisadora então sorri em sinal de aprovação e ela retribui (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

Antes de a pesquisadora sair do restaurante, foi conversar com Luiz sobre o elogio público que ele fez a Silvia.

Pesquisadora: Luiz, sei que elogiar é muito importante, parece até obvio, mas por que o sr. foi tão enfático no elogio a Silvia?

O Luiz responde: Olha, essa menina, a Silvia, ela chegou aqui, percebemos que ela tem habilidade para cozinhar, e aí estamos pensando em promover ela. Ela se desenvolveu bem desde que chegou aqui. Aqui é assim, se a pessoa gosta do que faz, tem habilidade, se desenvolve a gente vai dando mais responsabilidade a pessoa. E eu sempre gosto de elogiar minha equipe para motivar, é muito bom e importante, todo mundo gosta de ser elogiado. E ela está merecendo mesmo. Ela já faz quase tudo só. Já faz prato inteiros, já sabe as receitas, é bem segura. Estamos pensando em colocar ela a noite, vai ser muito útil, ela é muito boa (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

No que se refere ao trabalho desenvolvido pela Silvia, percebe-se que ela está se legitimando, trabalha de maneira segura, realiza o trabalho de auxiliar de cozinha e recebe mais responsabilidade quando a cozinheira ensina-a a preparar um prato, que é uma atribuição de cozinheiro. Corroborando com o que Gherardi, Nicolini e Odella (1998) compreendem como a participação periférica legitimada, quando um novato começa a legitimar-se ele é capaz de realizar de maneira satisfatória uma certa quantidade de atividades, com a legitimação ele vai se tornando progressivamente independente, permanece em um estado de prontidão no qual é encarregado de tarefas cada vez mais complexas. Com o passar do tempo o novato ganha confiança e o grupo de trabalho também confia que ele é capaz de desempenhar as atividades a ele atribuídas.

É pertinente dizer que a “habilidade para cozinhar” mencionada pelo Luiz refere-se a um conhecimento sensível, pessoal, que é legitimado socialmente, ou seja, um conhecimento individual e ao mesmo tempo coletivo, uma habilidade estética. Para se tornar um bom cozinheiro é necessário ter “habilidade” para cozinhar. Essa percepção também é compartilhada pelo proprietário do RII quando afirma que em um dia de trabalho é possível perceber se a pessoa tem “jeito para cozinha” (PROPRIETÁRIO DO RII, ENTREVISTA). Corroborando com o estudo de Strati (2007b) em que novatos são recrutados com base nas habilidades que eles têm no momento em que estão começando a aprender. Neste estudo, a habilidade dos novatos é importante para permanecer no restaurante após o período de experiência, e, posteriormente, para ser promovido a cozinheiro. Assim, a capacidade perceptiva-sensorial torna-se importante na adoção do cozinhar como prática.

Ademais, algo bastante interessante que ocorre a todo tempo é o trabalho integrado: a equipe consegue sem falar, só se olhando, trabalhar por muito tempo, é algo interessante, a interação é completa. Eles trabalham muito tempo em silêncio de maneira sincronizada. Percebe-se uma sinergia no ambiente de trabalho, se um cozinheiro para uma atividade, o outro cozinheiro ou auxiliar de cozinha completa. Todos conhecem as receitas, mesmo os auxiliares de cozinha. Se existe alguma dúvida, eles perguntam e continuam. Isso favorece muito a prática de trabalho, pois permite que vários pratos sejam confeccionados ao mesmo tempo com maior rapidez. Em dada ocasião, observaram-se dois cozinheiros cortando os ingredientes de um molho, colocando tudo ao mesmo tempo em uma mesma panela. Eles conseguem fazer o mesmo prato juntos, duas ou três pessoas ao mesmo tempo (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

O sincronismo da cozinha, além de explicar como a comunidade de cozinheiros se torna praticante, expressa a caracterização de ritmo específico, constante e agradável. Além do mais, remete à categoria do sublime, aquela que é mais próxima da beleza, ressalta a beleza do trabalho em sua ordem própria, a maneira como a comunidade de cozinheiros se relaciona em torno da gastronomia, uma ordem diferente da que é prescrita pela organização, pois é própria da comunidade. Este sincronismo expressa a grandeza do trabalho e é de difícil representação analítica, pois remete ao estético e ao tácito da vida organizacional assim como ressalta o impalpável da estética organizacional (STRATI, 2007a, 2014).

No que se refere ao sincronismo, é possível compreender melhor com o relato de uma observação, como se segue: o clima da cozinha está bem amistoso. Existe uma cumplicidade bem clara entre os atores sociais. Nesse momento estão na cozinha o Felipe e a Daniela. A outra auxiliar, a Sara, se desloca da copa para a cozinha de acordo com a necessidade (isso porque sua principal atividade é lavar as louças do salão e preparar os sucos, quando a outra auxiliar, a Daniela, está muito ocupada ajudando os cozinheiros, a Sara também prepara as sobremesas). Em dado momento, a Sara pergunta: “já colocou sal nesse arroz, Felipe?” E aí ela continua a receita que o Felipe estava preparando e ele dá início à outra receita. Um faz o preparo colocando os ingredientes na panela e o outro leva ao fogo e procede com a cocção. Isso é muito comum, inclusive entre os cozinheiros. Em outra ocasião, a Raissa pergunta ao Felipe: “você colocou tomate seco aqui? Ele responde: “não!”. E aí continua fazendo o prato que o Felipe começou. Do mesmo modo, o Felipe prepara todo o prato e a Sara os monta (NOTAS DE CAMPO, SETEMBRO, 2014).

Desta forma, no cotidiano, todos fazem tudo. De modo que, todos preparam, cozinham e montam os pratos. Sob os cozinheiros, existe uma maior responsabilidade em

preparar os pratos, mas os auxiliares desempenham uma função importante em todos os momentos do trabalho, pois são ativos e participativos. A pesquisadora pergunta para o Felipe como eles conseguem trabalhar de maneira tão integrada. Ele responde que na equipe deles ninguém fica esperando um pelo outro, embora eles tenham funções específicas e a responsabilidade esteja sobre os cozinheiros, todos ajudam uns aos outros porque são uma equipe (NOTAS DE CAMPO, NOVEMBRO, 2014).

O engajamento permite aos atores sociais a expansão do conhecimento existente, isso ocorre pela oportunidade de trabalharem mutuamente para sustentar a cozinhar como prática tornando a comunidade ativa em torno da gastronomia. Neste caso, do saber fazer a comida. O engajamento, ainda, estimula a compreensão de que a comunidade compartilha o mesmo repertório, as ações, as atividades, as crenças e as histórias. Coloca ainda em evidência a percepção de que é possível se tornar parte de uma prática em curso (NICOLINI, 2013; NICOLINI, GHERARDI, YANOW, 2003; WERGER, 2000; GHERARDI, NICOLINI, ODELLA, 1998).

Se de um lado, o engajamento sustenta a transmissão do conhecimento e a manutenção da comunidade, o anacrônico pode ser propiciado pela inserção não grata de um novato. Foi observado durante a imersão em campo que nem sempre a legitimação acontece imbricada na categoria do belo. Muitas vezes, os conflitos são evidentes e estão envoltos em jogos de poder de modo que produzir e reproduzir conhecimento se torna parte da negociação para o engajamento (GHERARDI, 2014b). Esses conflitos são também percebidos enquanto os novatos não estão legitimados. Assim, existiram situações claras em que os novatos são ignorados. Em dada ocasião, estavam dois cozinheiros e uma auxiliar na cozinha, um dos cozinheiros, um novato, percebeu que a panela estava “pegando”, dirigiu-se até a panela e exclamou: “estava quase queimando!”. Todos que estavam na cozinha ouviram a afirmação, mas ignoraram a observação do novato.

Por outro lado, em outras ocasiões, o conflito está subliminar, mas é percebido por meio da atmosfera da organização (STRATI, 2014). Certa noite, a pesquisadora chegou na cozinha do restaurante e percebeu um clima bem tenso, as pessoas estão insatisfeitas, existe um ‘clima’ desconfortável, a cozinha encontra-se estranha, o silêncio era diferente, as pessoas estão diferentes (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014). No decorrer da noite, não foi possível perceber o motivo da mudança na atmosfera. Mas, episódios como estes, demonstram que a estética da vida organizacional nem sempre pode ser “vista”, mas pode ser “sentida”, “experimentada” pela atmosfera organizacional. Sempre que a pesquisadora adentrava o campo conseguia perceber como estava o “clima”, se calmo, se confortável, se o

conflito estava no “ar”, se as pessoas estavam apáticas, irritadas ou felizes. A atmosfera organizacional transparece o conflito, os jogos de poder e a desconfiança que são latentes na vida organizacional (STRATI, GUILLET DE MONTAUX, 2002; GHERARDI, 2014b).

A atmosfera tensa é vivenciada pelas mais variadas situações conflitantes e é muitas vezes contida com a categoria estética do cômico. O cômico, o grotesco e o sarcástico são utilizados constantemente para minimizar a atmosfera carregada. Como é possível perceber pelo fragmento de observação: a cozinha continua tensa, na hora do jantar, o Júlio tenta fazer graça para descontrair e com cada funcionário que entrar na cozinha ele faz piada. Brinca com a fome, com o tamanho do prato, com as preferências pela comida, insinua ironicamente que alguns estão acima do peso e que outros estão abaixo. Em dado momento, o Júlio comenta com a pesquisadora “hoje, tá que tá! Aí a gente tem que passar o tempo brincando, porque senão é pior, não pode se estressar não, tem que rir” (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014). Brinca-se ainda com o trabalho bem feito ou mal feito, com as preferências dos clientes, com as preferências individuais dos funcionários, com o medo da gestão (“Vai, visse, se Dona Fulana souber que tu táis fazendo isso, tu táis frita”), com o “medo” de clientes exigentes e pelos incidentes que ocorrem enquanto o fazer gastronômico é executado.

O cômico na cozinha emerge em muitos momentos. Nos grupos de trabalho, as brincadeiras envolvem tanto trabalho em si como o conteúdo em torno dele. Assim, os praticantes brincam uns com os outros. As brincadeiras não relacionadas aos momentos estritos da prática se referem ao estado mental dos praticantes e ao jogo de dominó que é realizado no intervalo (em um dos restaurantes no horário de intervalo, após a alimentação, os funcionários da cozinha jogam dominó. Geralmente nos dias seguintes os “perdedores” são ironizados). Curiosamente, a pesquisa e a pesquisadora também surgem nos ditos espirituosos no ambiente de trabalho. A pesquisadora “vai estudar tanto que vai ficar doida também igual a Daniela” ou ainda “Ei, Lídia, tu tá me estudando porque eu sou doida?”. Uma explicação para isso, pode ser pelo próprio inconveniente que ser observado causa. Assim os ditos espirituosos sobre a pesquisadora serviram para que ela pudesse desfrutar de um clima mais agradável enquanto vivenciava os incômodos do campo de pesquisa.

O cômico também é evidenciado pela apropriação da estética enquanto se desenvolve o trabalho integrado. Quando os cozinheiros trabalham de maneira integrada, preparando vários pratos ao mesmo tempo e colocam simultaneamente coentro para finalizar uma receita. Certo dia, aconteceu assim: o Felipe e a Raissa adicionaram o tempero ao mesmo tempo de forma bem rápida. Foi algo inusitado na cozinha, porque normalmente eles não se chocam assim. Todos riram alto ao mesmo tempo (inclusive a pesquisadora), porque foi

engraçado (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014). Ou seja, a expressão da categoria estética ocorre não só pelo que é dito, mas também pelo que ocorre na ação, pela qualificação da ação, pela categoria estética, neste caso, o cômico.

Além do mais, enquanto o cozinhar como prática acontece, um aspecto componente é o ritmo. O ritmo do restaurante também se caracteriza como um agente de influência no sincronismo. Dependendo do ritmo de solicitações do restaurante, a harmonia do trabalho muda bastante. É preciso entender que o ritmo pode ser lento, movimentado e apressado. Quando tem apenas um pedido (às vezes no início do atendimento) ou poucos pedidos, em um dia de baixo movimento como às segundas-feiras ou terças-feiras, o cozinheiro pode fazer tudo (preparação, cocção e montagem do prato) enquanto o auxiliar de cozinha prepara alguma outra produção.

O ritmo lento é representado por poucos clientes, poucos pedidos, movimento descrito como “fraco”, torna-se monótono para a comunidade. Como descrito pela Amanda “dá uma tristeza na gente... mulher..., quando tem pouco movimento, parece que o tempo não passa” (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014), já a Flávia explica “a gente fica doidinho para ir embora, não tem nada para fazer, a produção toda pronta, não tem nadinha para adiantar e o tempo não passa” (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

De fato, em uma terça-feira (02 de setembro), um dia de pouco movimento, a pesquisadora sentiu uma certa tristeza, a monotonia do vazio, algo que pode ser bem representado pela categoria do feio, pois o movimento era pequeno, era final do expediente e não tinha nada para fazer. Muitas vezes ela aproveitava esses momentos para conversar sobre a gastronomia e sobre coisas triviais com os atores organizacionais.

O ritmo movimentado, uma espécie de fluxo contínuo de trabalho, é associado ao prazer, à realização no trabalho e à utilidade. Compreendido como “muito bom”, “é bom quando tem muito trabalho, ruim é quando tem poucos pedidos” (NOTAS DE CAMPO, SETEMBRO, 2014), expressa a constância de um certo “trabalho ideal”. Nas palavras de Raissa, “bom é quando é assim, a gente não para, num instante o tempo passa”. De fato, um dia movimentado é visto de modo positivo, o trabalho flui, a cozinha é alegre, a categoria do cômico surge, é carregado de uma beleza própria indescritível.

O ritmo apressado é caracterizado por solicitação de vários pedidos consecutivos ou concomitantes, geralmente nos sábados à noite e nos domingos, horário de grande movimento, o ritmo faz com que eles trabalhem em grande rapidez e algumas vezes sob pressão e estresse. Em certa ocasião, Raissa preparava um prato e começou se expressar “vai rápido Daniela”, Daniela responde “eu estou fazendo o mais rápido que eu posso”, a

cozinheira responde “mas não tá sendo suficiente, faz rápido, corre senão vai passar do ponto!”. A pressão e o estresse provocam certo desconforto. Não se caracteriza como “feio”, mas o ambiente carece de beleza e de leveza. Nesses momentos, a comunidade de cozinheiros é minada pela hierarquia que se torna forte, os cozinheiros cobram os auxiliares de cozinha.

Nesses casos, visualiza-se a expressão das categorias estéticas agógicas. O ritmo considerado como lento, movimentado e apressado pela pesquisadora, podem ser respectivamente representados pelas categorias agógicas do *adagio*, *alegro*, *moderato* e *prestíssimo*. O ritmo que permeia a cozinha é conduzido pelos movimentos do restaurante, vinculados ao atendimento de clientes, à demanda de solicitação de pratos, ao tempo de cocção dos pratos. O ritmo é essencial para cozinhar como prática permitindo a adequação às demandas das organizações gastronômicas e aos tempos de preparação e cocção dos pratos (LOPES, SOUZA, IPIRANGA, 2014; STRATI, 2007a, RINK, 2012).

Como foi possível observar, a estética está presente em todos os momentos da vida organizacional e é frequente sua aparição enquanto os atores aprendem e transmitem a cozinhar como prática. O conhecimento é situado no corpo que realiza a prática de trabalho. Deste modo, o corpo age simultaneamente à realização da prática de trabalho. Por meio dos cinco sentidos, torna-se possível observar o conhecimento estético. Desta maneira, o corpo pode ser treinado para realizar atividades específicas. Por essa linha de construção teórica, se compreende que é possível desenvolver um bom olho, um bom ouvido, um bom nariz, um bom paladar e boas mãos (STRATI, 2007b) para devolver a cozinhar como prática. Assim, o conhecimento adquirido é também observável, pois possui a capacidade de desenvolver o que Gherardi (2014a) chama de “visão profissional”.

De certa forma, a “visão profissional” é fruto do juízo estético. O ator organizacional adquire a “visão profissional” ativando as faculdades perceptiva-sensoriais e fazendo uma avaliação sobre ela. Não é um juízo arbitrário, mas é fruto da sensação que é provocada no ator social quando ele, por meio dos órgãos dos sentidos, entra em contato com algum aspecto da vida organizacional e o julga. Não é um juízo racional, mas perceptivo, geralmente expresso por meio de uma categoria estética que resume a sensação experimentada como também expressa se uma prática de trabalho foi bem feita ou mal feita, se é bonita ou feia, se representa o padrão social da comunidade, assim como o gosto e o sentimento. Assim, a visão profissional é estética, em que pode ser observado, simultaneamente, um conhecimento pessoal e socialmente construído (GHERARDI, 2003; 2014a; STRATI, 2007a; 2007b).

Neste sentido, optamos por demonstrar como as faculdades perceptiva-sensoriais

de maneira individual sustentam a cozinhar como prática, sua expressão ocorre por meio do conhecimento sensível. A expressão isolada de cada faculdade perceptiva representa uma divisão didática, que não corresponde à realidade, mas é bastante proveitosa para evidenciar cada faculdade. Embora se reconheça que o conhecimento sensível é pessoal, não se desconsidera a dimensão social. A percepção de cada faculdade resulta no conhecimento sensível e é o resultado de uma construção social e histórica, fruto das experiências vivenciadas e aprendidas pelo ator organizacional e compartilhada pelos praticantes enquanto utiliza a faculdade e produz o juízo estético.

Deste modo, deve-se “(...) ter em mente que o conhecimento sensível é produzido por todas as faculdades perceptivo-sensoriais, mesmo quando a atenção se concentra na ação de geração de conhecimento de apenas uma delas” (STRATI, 2007b, p. 67). Desta forma, as próximas seções apresentam como os cozinheiros e auxiliares de cozinha conhecem a cozinhar como prática por meio das mãos, dos olhos, dos ouvidos, do olfato, do paladar e o que Strati (2007a) chama um tipo de sexto sentido, o juízo estético. Além dos mais, a análise das faculdades perceptiva-sensoriais será realizada com base nas categorias estéticas, no conhecimento como prática e no conhecimento sensível.

4.2.1.1 Cozinhado com as mãos

Dentro da cozinha, as mãos são constantemente utilizadas para desempenhar todos os tipos de atividades. Assim, o corpo por meio do tato é de fundamental importância. Enquanto as pessoas realizam a prática de trabalho na cozinha, as mãos são usadas para aprender, conhecer e agir. Mesmo reconhecendo a relevância da revolução tecnológica para a realização das práticas laborais, o tato é indispensável. Pode parecer bastante natural salientar a importância do tato, no entanto, ele vem sendo muitas vezes ignorado nos estudos qualitativos tradicionais sobre trabalho e, por esse motivo, ressaltamos sua importância a partir de uma análise estética organizacional (STRATI, 2007b).

Ver o bolinho sendo preparado é uma aula de teoria da prática, porque envolve um processo totalmente estético. Quem faz precisa sentir quando está bom. Para o preparo do bolinho, é dado forma por meio de duas colheres, o que dá uma forma alongada triangular (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

Para fazer o bolinho de bacalhau, utilizam-se duas colheres para dar a forma e uma tigela com água. Pega-se com uma colher um pouco da massa de bacalhau, deixa-se essa

colher parada e vira-se a mão que segura a outra colher. No mesmo momento, dá-se uma inclinada com a colher que fica parada, como se a massa fosse sendo passada de uma colher para a outra até chegar no ponto. Em alguns momentos, molha-se a colher que está em movimento para que ela deslize no bolinho. O ponto é firme. Perguntou-se “Como vocês sabem o ponto? Digo, quando está pronto?”. Felipe diz “Quando ele fica pronto, a gente vai sentindo”. O Felipe “vai sentindo” até chegar no ponto onde o bolinho foi boleado no formato triangular. É interessante observar essa atividade. Enquanto os bolinhos são preparados eles conversam e a Sara diz: “O seu está mais bonito do que o meu, está bonito!”, o Felipe diz: “Está bonito!”. Raissa diz: “Está perfeito! Está lindo, coisa mais linda!” (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014).

Torna-se complexo descrever a atividade, pois é uma atividade essencialmente prática, tão prática que escrever o passo-a-passo exigiria a apresentação de um vídeo para demonstrar como se faz. Ao realizar a tarefa de dá forma ao bolinho de bacalhau os cozinheiros e auxiliares utilizam as mãos segurando a colher e dando forma de um bolo triangular. É uma atividade sensorial, na qual quem faz vai “sentindo” quando está pronto. Os cozinheiros e auxiliares são capazes de fazer, mas não conseguem explicar de maneira clara quando está pronto, assim, utilizam do “sentir” para expressar a concretude da forma. Do mesmo modo, a pesquisadora observou muitas vezes os bolinhos serem preparados, compreendeu como foram feitos e percebeu que existe um conhecimento sensível e tácito que media a atividade (GHERARDI, 2006; STRATI, 2007a). A Fotografia 21 tenta ilustrar o modo de preparo.

Fotografia 20- Modo de preparo - bolinho de bacalhau - RI



Fonte: Autora, 2015.

Como foi visto no fragmento de vida organizacional apresentado, o belo e o sublime são categorias estéticas que emergem quando o trabalho é realizado de maneira correta. Nas palavras dos cozinheiros e dos auxiliares “bonito”, “lindo” e “coisa mais linda” são representações da categoria estética do belo. O sublime também emerge quando é dito “perfeito!”, a ideia de completude da perfeição representada pela exclamação desta palavra tem significado de “certo”. Os adjetivos atribuídos ao trabalho realizados foram aprendidos na vida externa e interna à organização, mas após o trabalho ser realizado eles foram julgados como belos de maneira a resumir os atributos do “bolinho”. Além disso, são parte do juízo estético realizado pelos atores organizacionais para qualificar o trabalho desenvolvido. Representam ainda a reprodução social, já que a beleza dos bolinhos é compartilhada pelos membros do grupo (STRATI, 2007a).

O jeito que o Artur boleia a bolinha de carne, com uma das mãos e depois com ambas, é muito estético (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014). As mãos do cozinheiro são utilizadas desde antes para dar o ponto. Ele leva uma das mãos até a caçarola ainda no fogão com a massa e aperta a massa, vai fazendo como se fosse uma bola, aperta algumas vezes, em seguida coloca de volta a massa na panela, mexe novamente, repete essa ação mais duas vezes e desliga a boca do fogão. Enquanto o Artur está fazendo o bolinho de bacalhau, a pesquisadora decide perguntar: “Por que o Sr. pega o bolinho com as mãos enquanto ele ainda está cozinhando?”. Ele responde: “para ver o ponto, eu sei o ponto do bolinho apertando com a mão, aí vejo quando ele está bom”. Em seguida, o Artur deixa a massa já pronta esfriar um

pouco e começa a fazer as bolinhas. Ele pega um pouco de massa, coloca nas mãos e vai fazendo bolinhas com ambas, utilizando movimentos circulares (NOTAS DE CAMPO, NOVEMBRO, 2014). A Fotografia 22 tenta ilustrar o modo de preparo.

Fotografia 21 - Modo de preparo - bolinho de bacalhau - RII



Fonte: Autora, 2015.

Nesse caso, o conhecimento para a realização desta atividade se fundamenta no que Strati (2007b) denomina “interpretação pelo tato”. O Artur se baseia na compreensão estética para saber quando a massa que faz o bolinho estará pronta para ser retirada do período de cocção. Ele aperta a massa com as mãos e descobre se a massa está mole ou já está no ponto de ser boleada. Esse não é um conhecimento intelectual-analítico, é estético. Após apertar a massa, uma decisão é tomada. Pelo conhecimento sensível por meio do tato, o cozinheiro avalia esteticamente e afirma que está “bom”. A expressão do juízo estético representa a completude de uma etapa do trabalho.

Em ambos os restaurantes, fazer bolinhos é uma prática de trabalho que requer utilização do conhecimento estético. O conhecimento utilizado é estético porque: a) exige a utilização das mãos nas colheres e de movimentos com inclinação específica que são aprendidos fazendo; b) o ponto do formato correto é encontrado do que se “sente”, essa percepção é adquirida por meio dos “sentidos”, cabe-se ressaltar que o conhecimento visual também tem grande participação no reconhecimento da forma, mas as mãos são essenciais para o reconhecimento da textura; c) as mãos são fundamentais para descobrir quando o período de cocção terminou e a massa está no ponto; e, d) na etapa de preparação da forma do

bolinho que é realizada com as mãos.

De acordo com Strati (2007b), um fenômeno existente na organização é a an-estetização. É a capacidade que os atores organizacionais possuem de mascarar a sensibilidade de algo que é desagradável no ambiente de trabalho, na construção e reconstrução da prática organizacional. A an-estetização é, ainda, uma maneira de se tornar um praticante, e para os demais atores organizacionais an-estetização é uma prática organizacional, como é possível observar nas seguintes descrições. Nesse caso, observa-se como os *brownies* são cortados. O *brownie* é um bolo doce utilizado como parte de uma sobremesa, sua receita é completamente adaptada com ingredientes regionais.

A Daniela que faz todo o processo de cortar os *brownies*. Ela segura com as mãos e uma faca o *brownie*, retira da forma, e começa a cortar simetricamente. Em alguns momentos ela diz “ai!” ou, em outro momento, “quase me queimei” porque o bolo está quente, finalmente termina de cortar. Ao final, sobram as bordas que são dispensadas. Ela pede que a pesquisadora experimente as bordas, experimento e digo que está uma delícia. Espontaneamente, ela começa a explicar o que está fazendo e como está fazendo. Ela diz que os *brownies* têm que ser cortados quentes porque se torna mais fácil, depois são guardados em um depósito com datas de fabricação e validade (como tudo que é produzido). E aí ela começa a me contar como aprendeu a fazer e a cortar os *brownies*. Ela disse: “a Raissa me disse que tem que cortar quente, a primeira vez que fui cortar quase não aguentei. Sofri.” Ela silencia e eu pergunto: “e agora?”. Daniela responde: “agora... a pessoa se acostuma, não sinto mais nada” (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

Quando a Daniela expressa que se “acostumou” e “não sente mais” mesmo tendo dito “ai!” e “quase me queimei” enquanto era observada, existe uma an-estetização de uma atividade que é ou era para ela desagradável. Isso pode ser justificado, pois apesar de afirmar que se acostumou, em outro momento, no mês seguinte, em uma observação, a Daniela pegava uma panela quente e reclamou porque a Raissa não tinha avisado que a panela estava quente e a Raissa disse: “eu peguei assim, quente e tudo, não senti, por isso não avisei, se eu peguei e não senti, deixe de reclamar e pegue você também!” (NOTAS DE CAMPO, SETEMBRO, 2014).

Observa-se que as mãos dela se acostumaram ao calor, aderiram a prática, o corpo se adequou, e isso a ajudou a se legitimar na comunidade de cozinheiros. A fim de se tornar parte da comunidade, a auxiliar de cozinha obteve alguma legitimação. Mas essa legitimação ainda continua a se concretizar, torna-se parte do currículo situado “exigido” daqueles que desejam se tornar cozinheiros. Essas impressões são reforçadas quando a cozinheira afirma

que “se eu peguei e não senti, deixe de reclamar e pegue você também!”. “Não sentir”, dito de outro modo, a an-estetização* (do inglês *an-aesthetization*) é parte integrante do currículo situado para se tornar um cozinheiro, tornou-se importante para o desenvolvimento do cozinhar como prática naquele contexto.

As mãos também são utilizadas como forma de medida, uma medida perceptiva-sensorial não científica e sim sensível. Contrastando com o porcionamento que representa na medida padrão utilizada para a gastronomia, as mãos são utilizadas em todas as atividades cotidianas e muitas vezes enquanto se mede. As proteínas são porcionadas na cozinha, mas os demais ingredientes são muitas vezes adicionados com a medida das mãos. Observa-se a utilização das mãos como medida em alguns fragmentos de observação.

Sara coloca uma mão no depósito de queijo, enche-a de queijo e coloca em cima do arroz (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). Felipe coloca duas mãos de batata cortada e coloca para fritar (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). Artur coloca uma mão cheia no saco de batata cortado e coloca para fritar, em seguida, coloca mais uma mão cheia e adiciona na fritadeira (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). Raissa pega uma mão de cebola e coloca na caçarola para dourar junto com manteiga (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014).

As mãos são usadas para tudo e por todos. Algumas medidas de “mãos” são usadas. Embora todas as proteínas sejam porcionadas (utilização de conhecimento científico), a maioria dos outros ingredientes é colocada com base nas faculdades perceptivas. A mão é utilizada como um instrumento de medida na cozinha, o que demonstra a força do tato na realização do cozinhar como prática.

As mãos também são utilizadas no lugar de outros utensílios de cozinha. Como é possível observar com os fragmentos das observações: Artur pega o tempero com as mãos, espalha suavemente na carne. Quase que faz uma massagem na carne (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). Felipe usa a mão para apoiar o alimento na chapa, em seguida vira o peixe com a ajuda das mãos (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

Observa-se, ademais, que, embora existam espátulas, pinceis e pegador, a utilização das mãos em lugar desses utensílios é comum. Além do mais, as mãos são utilizadas como uma medida. Embora todas as proteínas sejam porcionadas, as mãos são utilizadas para medir grande parte dos demais ingredientes que são colocados nos pratos. Para se tornar parte da comunidade de cozinheiros, faz-se necessário mais do que ter uma “mão boa para” o que envolve “saber temperar”, mas ter uma mão que conhece como as atividades

* Tradução utilizada como STRATI, A. Saber na prática: compreensão estética e conhecimento tácito. In: GHERARDI, S.; STRATI, A. **Administração e aprendizagem na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

são desempenhadas no cozinhar como prática. Assim, existe um jeito próprio, um “saber-fazer” ao qual a utilização das mãos é indispensável. Na cozinhar como prática o conhecimento com as mãos é indispensável. Adiante, explanaremos como os olhos são utilizados no cozinhar como prática.

4.2.1.2 Cozinhado com os olhos

A faculdade perceptiva-sensorial da visão foi utilizada durante o cozinhar como prática principalmente como medida. Ao olhar, a comunidade de cozinheiros faz uso não das medidas científicas como balança e termômetro enquanto cozinham, mas fazem uso dos olhos como uma medida: essa é a simples expressão do conhecimento sensível. Pelo olhar aprendeu-se a julgar a quantidade certa de determinado ingrediente para determinada comida; pelo olhar, se julga o tamanho “padrão” de determinado ingrediente; pelo olhar, se julga se o prato foi realizado da maneira correta.

Em muitos momentos durante a imersão em campo foi possível fortalecer essa percepção, o que demonstra que é parte integrante do cozinhar como prática a utilização da faculdade perceptiva da visão como uma medida. Como pode ser evidenciado por meio de trechos das observações: A porção de batata é colocada para fritar só olhando (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). O queijo de coalho que acompanha a carne de sol não é porcionado. A fatia do queijo é tirada com base no olho pelo Júlio. A pesquisadora pergunta ao Júlio “como você sabe quanto de queijo de coalho precisa tirar?” Ele responde “eu olho assim, e já sai a fatia certa, porque já me acostumei” (NOTAS DE CAMPO, SETEMBRO, 2014). O Júlio está acostumado a realizar o trabalho, é esse “costume” que habilita o seu olho a tirar a medida correta. Essa medida com os olhos é compartilhada com o grupo de trabalho, dado que em nenhum momento é questionada.

Em outras observações, é possível fortalecer a mesma impressão: a Daniela vai fazer o suspiro, prepara a massa e começa a colocar na assadeira. Enquanto a pesquisadora observa, pergunta:

Pesquisadora: como você sabe o tamanho do suspiro, Daniela?

Daniela: porque é assim!

Pesquisadora: mas como assim, é assim?

Daniela: porque é o padrão daqui! (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

A Daniela aprendeu o padrão, mas a pesquisadora observa que nem todos os suspiros estão do mesmo tamanho. Mesmo assim a Daniela conseguiu manter o padrão baseada na faculdade perceptiva da visão e no seu juízo estético, que é compartilhado

coletivamente e afirma que o suspiro está dentro do padrão. Desta forma, é possível perceber que quando o jeito de fazer está dentro da prática, ele faz parte da reprodução social e é reconhecido e legitimado como uma atividade do grupo, existe concordância social, o que evidencia o cozinhar como prática (GHERARDI; NICOLINI; ODELLA, 1998; GHERARDI, 2006; STRATI, 2007a, 2007b; GHERARDI, 2014a).

Mateus fez todo um Rubacão. Quando o prato estava pronto, foi colocar a porção na tigela de servir. A pesquisadora, que já conhece alguns detalhes do trabalho, observa que a porção está maior que o normal. Saiu bem maior do que a quantidade normal que o restaurante faz. Todos na cozinha olham para o prato e Flávia exclama: “tá muito cheia!” O Mateus olha para Flávia e pergunta “Tá muito cheia?”. Flávia responde “Tá!”. Um garçom olha e exclama: “esse tá no capricho!”. “Mas não pode, amanhã o cliente vai voltar e querer um igual, só que esse tá errado, tá fora do padrão”, diz Flávia. Artur se aproxima e diz: “tira isso daí!”. Mateus pergunta: “mas vai desmontar o prato?”. Artur responde: “vai!”. Ele se aproxima do prato já montado, pega um recipiente, coloca as carnes em um lugar reservado e tira a parte de baixo. O prato é desmontado e recolocado de acordo com a porção padrão do restaurante (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014).

Tudo isso foi regulado pelo conhecimento como prática e estético. Em nenhum momento o prato foi pesado, em nenhum momento se procurou pela ficha técnica do prato. O cozinheiro e a auxiliar de cozinha olharam os pratos, fizeram o juízo estético coletivo e afirmaram que estava fora do padrão do restaurante. O conhecimento sensível mediou toda a relação juntamente com o julgamento estético. Aqui entra algo importante para a prática: a sustentação das normas. As normas foram reproduzidas e sustentadas por meio do juízo estético. Assim, todos na cozinha concordaram com a mudança no prato pois perceberam como fora do padrão, todos os atores responderam de maneira apropriada às normas consideradas corretas para a prática (GHERARDI, PERROTTA, 2011; GHERARDI, 2014a).

Em outra observação, a pesquisadora percebe como é confeccionada a tábua de frios e pergunta a Flávia “Como você sabe a quantidade que precisa colocar de cada ingrediente?” “Eu não sei, eu estou aprendendo” (ela fica insegura ao responder a pergunta, porque trabalha na empresa há nove meses), “Artur me diz aqui qual a quantidade que é para colocar na tábua de frios de cada coisa?”. A pesquisadora, buscando investigar melhor, pergunta (enquanto isso Artur se aproxima): “Artur, como você sabe a quantidade que precisa colocar de cada ingrediente?” “Com a prática ao longo dos anos a gente aprende. São 150g de cada ingrediente, como o queijo já tá porcionado, olhando para o queijo consigo ver a quantidade que preciso colocar de cada ingrediente” diz Artur. “É porque faz pouco tempo

que estou aqui e ainda estou aprendendo a como faz cada coisa e quantidade de cada coisa, eu ainda não sei de tudo”, diz Flávia. Quando Artur terminou a tábua de frios, disse: “fica bonito, né?” e mostra a tábua de frios para a pesquisadora. A pesquisadora respondeu “É, sim, muito bonito!”.

Neste caso, existem questões da prática que estão apoiadas em um juízo estético. Artur vê o queijo (que já foi anteriormente porcionado) e, após, coloca mais ou menos a mesma quantidade dos demais ingredientes, e assim prepara toda a tábua de frios (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014). É um juízo com base na faculdade perceptiva da visão. A novata, neste caso, Flávia, que ainda “não possui” o conhecimento sensível manifesto pela visão, não consegue dominar o ambiente de trabalho. Como também, enquanto Artur ensinava Flávia, estava ensinando “a capacidade de “ler” a compreensão estética dos outros”, no caso, de Artur (STRATI, 2007a, p. 175).

Posterior a essa questão, destaca-se também a expressão da categoria estética do belo. As categorias estéticas estão presentes enquanto as pessoas realizam o trabalho cotidiano, como demonstrado na expressão, elas também tomam forma quando existe uma completude de uma atividade. A tábua de frios é bonita não só pela beleza em si, mas porque terminar um trabalho também é bonito (STRATI, 2000, 2007a).

Como já mencionado, o preparo dos bolinhos que são utilizados como petiscos é carregado de conhecimento sensível. Após a conversa sobre a tábua de frios e respondidas as perguntas que a pesquisadora fez, Artur começa a explicar melhor como existem coisas que ele faz na cozinha porque já tem “a prática”.

Artur pergunta a pesquisadora: “você já me viu fazendo o bolinho de carne?”

Pesquisadora responde: “sim!”

Artur: “você sabe como eu sei fazer todos iguais”.

Pesquisadora responde: como?

Artur: “eu já tenho prática, cada bolinho tem 8 gramas” (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

Quando se observou ele fazendo os bolinhos, percebeu-se que nem todos tinham o mesmo tamanho, mas eram bem uniformes. Ele não pesou em nenhum momento. Já foi observado ele fazendo os bolinhos várias vezes, mesmo assim afirma que têm 8 gramas (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

Como foi dito, o Artur vê e sabe o tamanho dos bolinhos, aprendeu que aquele tamanho era 8 gramas e reproduz todas as vezes que faz o bolino. Reproduz o tamanho mesmo sem pesar. Não conseguimos precisar quantas vezes assistimos os bolinhos serem preparados, mas nunca fora pesado. Isso porque pesar não faz parte da prática de trabalho, o

conhecimento visual estético é o que conta. Ele aprendeu o tamanho que corresponde a 8 gramas e, sem pesar, pega na caçarola uma quantidade ideal de correspondente a quantidade para o preparo do bolinho, utilizando uma medida visual aprendida, fazendo uso de sua percepção estética. Neste caso específico, Artur explicou como se realizam as atividades na cozinha, justificou a sua própria prática de maneira discursiva, ou seja, a partir da sua própria prática discursiva que é conhecimento em ação, a medição visual aprendida (STRATI, 2007b).

Sua prática discursiva, ainda, justifica-o e legitima-o quando ele afirma que já tem a prática, um conhecimento visual sensível que é igualado à capacidade de observar a quantidade do queijo e tirar com os olhos a medida dos demais quantidades de ingredientes que estão na tábua de frios. Artur, mesmo tentando explicar à pesquisadora como adquiriu essa habilidade, faz com dificuldade e por meio de exemplo, já que, como não é algo formalizado, é difícil de explicar como ele aprendeu (STRATI, 2007b).

4.2.1.3 Cozinhado com os ouvidos

Em linhas gerais, compreendendo as organizações de maneira estética, existe uma diferença direta entre os olhos e os ouvidos: os olhos podem ser fechados ou, ainda, de costas é impossível ver, mas o ouvido não pode ser fechado, nem desligado e funciona bem mesmo quando se está de costas, é uma faculdade que não pode ser desligada ou omitida. Na cozinha, a faculdade perceptiva do ouvido é diariamente utilizada para interpretar os sons, estes são principalmente o apito do forno, o apito do micro-ondas, o barulho dos alimentos sendo fritos (chapa, frigideira ou máquina) e o barulho do exaustor. Os sons da cozinha também perpassam pelas falas dos atores, pelos risos e pelo silêncio.

De maneira geral, existiram poucas questões referentes à faculdade perspectiva do ouvido que despertaram o interesse estético da pesquisadora. Assim, foram registrados no diário de campo poucos fragmentos relacionados aos ouvidos.

No que se refere a uma primeira maneira como o ouvido é utilizado, destacou-se a sua importância como modo de perceber o ponto de cocção dos alimentos pela audição. Isso porque na chapa e na caçarola os alimentos fazem sons característicos quando estão prontos. Ignorar essa percepção pode significar a alteração no sabor dos alimentos. Essa impressão levanta a utilização do ouvido de maneira sensível e exige um juízo estético perceptivo, um ouvido treinado para a atividade de cozinha.

Essas impressões foram evidenciadas na seguinte observação: Sara que tá há menos tempo na cozinha e só pega nas panelas para servir. Após ouvir o arroz que está refogando estralar, deixou o que estava fazendo e começou a mexer a panela, enquanto os cozinheiros cuidavam dos outros pratos (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). Na cozinha existiam outros profissionais neste momento, todos estavam ocupados com outras atividades e Sara parou de montar o prato para mexer o arroz porque percebeu pelo som que ouviu que seria necessário, que demonstra o conhecimento estético dela sobre a cozinhar como prática, que foi então capaz de ativar o seu juízo estético e agir para o andamento correto do trabalho (STRATI, 2007a).

De outro modo, e não menos importante, um aspecto saliente a ser evidenciado é o fato de o ouvido ser usado em conjunto com o conhecimento científico no contexto em estudo, muito mais que de maneira isolada. Essa percepção se demonstrou evidente quando se ouvia, por exemplo, o apito do forno, corria-se porque deixar o alimento no forno após o apito poderia alterar o ponto de cocção. Ou seja, o uso da faculdade perceptiva precedia uma ação que poderia alterar o curso da atividade. Cabe-se destacar que este aspecto não minimiza a importância do ouvir, pelo contrário, evidencia o seu caráter corpóreo e pré-reflexivo. Quando se ouve (percepção), corre-se (ação). Esta ação não é mediada pela mente, mas pela experiência corporal e social anterior (ESSÉN, VÄRLANDER, 2013). De modo que se alguém que nunca ouviu o som entrar na cozinha não vai agir porque para essa experiência corpórea não existe precedente.

As duas formas de utilização da faculdade perceptiva da audição têm grande importância para a realização do cozinhar como prática e representam maneiras distintas de utilizar a faculdade perceptiva. Aprender a cozinhar envolve um ouvido atento aos sons singulares da cozinha, a experiência media a audição desses sons que ocorrem de maneira pré-reflexiva. Ouve-se e age-se prontamente.

4.2.1.4 Cozinhado com o olfato

O trabalho diário dos profissionais de cozinha envolve a utilização da faculdade perceptiva-sensorial olfativa. Durante as observações do cozinhar como prática, foi possível compreender como os odores se manifestam. Neste sentido, os fragmentos a seguir refletem como a faculdade perceptiva do olfato é usada na prática do cozinhar. Os fragmentos apresentam como os odores servem para aprender a cozinhar no que se refere à precibilidade.

Ademais, salienta-se que em muitos momentos os sentidos do olfato e do paladar são utilizados de forma sequencial.

Dentro de uma cozinha, os alimentos são datados de acordo com as regras da Vigilância Sanitária. Tudo o que é produzido para o uso diário ou antes de ser armazenado é datado com prazo de validade; a perecibilidade é tratada com grande rigor, pois pode acarretar em prejuízo para o cliente (danos à saúde) e prejuízos ao restaurante (interdição). O prazo de validade é um aspecto advindo de conhecimento científico sobre a perecibilidade dos alimentos. Mesmo assim, muitas vezes a faculdade do olfato e do paladar são utilizadas como modo de juízo para decisões sobre a perecibilidade de alimentos.

Como ficou demonstrado nas observações: “É melhor jogar fora, eu cheirei isso aí não tá bom não”, disse Amanda (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014). “Vê se esse arroz tá bom”, diz Felipe enquanto Raissa fazia o preparo para refogar o arroz (Felipe aponta para o arroz enquanto fala, Raissa se aproxima do arroz). Raissa diz “O arroz está novo”, mesmo assim se aproxima, pega uns 5 ou 6 grãos, cheira e em seguida experimenta (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014). Em outra ocasião, Daniela chama a Raissa e pergunta: “isso aqui tá bom?”, “Cheira isso aqui para ver se tá bom, porque tá dentro do prazo de validade, mas eu não estou achando que está bom não”. A Raissa observa o arroz, cheira e diz: “não, dispensa”. Em seguida, a Daniela leva o arroz até o lixo. Em outro momento, a Daniela diz “Pode usar, esse está bom” (NOTAS DE CAMPO, SETEMBRO, 2014).

Mesmo quando uma comida estava dentro do prazo de validade (conhecimento científico), foi o olfato que mediou a prática de trabalho. Tem-se o conhecimento estético como de grande importância para cozinhar como prática. Jogam-se coisas fora dentro do prazo de validade se o olfato disser que está estragado ou que o odor é duvidoso. Este juízo é realizado com base em uma construção social e coletiva e desconsidera o conhecimento científico, já que o sensível se tornou “mais preciso” que o científico (STRATI, 2007a; 2014).

O “bom” aqui não se relaciona como o bonito, mas tem um sentido ético do ético, do correto, da primazia pelo serviço, do zelo por fazer o trabalho de maneira correta (STRATI, 2007a). No que se refere ao sentido ético do bom em relação ao estado de putrefação da comida, o juízo estético realizado está diretamente vinculado à cultura alimentar, já que é ela que determina o que é apropriado ou não para comer. Em nossa cultura, o olfato classifica e determina o que é ou não apropriado para comer (BRAGA, 2004).

Por meio da faculdade perceptiva do olfato, foi possível demonstrar como o conhecimento sensível pode ser superior ao conhecimento científico, “Cheira isso aqui para ver se tá bom” é uma frase cotidiana nos restaurantes mesmo que os alimentos estejam dentro

do prazo de validade. A atenção em relação ao processo de putrefação é um cuidado constante exercido na cozinha para garantir a boa integridade dos alimentos e evitar possíveis acidentes. Neste caso, a ação do corpo é definitiva para que a comida em bom estado de conservação chegue até o cliente (YAKHLEF, 2010).

4.2.1.5 Cozinhado com o paladar

Embora o serviço do restaurante seja uma experiência completa (atendimento, ambiente e comida), a comida é o elemento central, materialmente produzido e de grande importância. É também o que caracteriza o gosto. A medida final para avaliar a comida é o paladar. O paladar dos cozinheiros foi educado para experimentar os sabores característicos da cozinha regional. A faculdade gustativa é utilizada para ver se a comida está no ponto correto de cocção, se o gosto da comida está bom, ou seja, com as características — sabor e textura — adequadas e se apresenta o gosto da cozinha regional.

Desta forma, a faculdade gustativa dos cozinheiros regula o sabor da comida, assim, experimentar é uma atividade cotidiana na cozinha. Baseado no que se experimenta, faz-se o juízo e se diz se a comida está boa ou ruim, se precisa de mais sal, se está sobrando ou faltando tempero. O paladar funciona como um instrumento de medida capaz de julgar um gosto característico. Isso acontece porque o paladar dos cozinheiros foi educado, sofisticado. Se vincula com o juízo estético partilhado (FINE, 1996; STRATI, 2010) para experimentar e apreciar os sabores característicos da comida regional. Isso se torna mais claro quando o Felipe diz que:

Felipe: eu só trabalhei nesse restaurante, só sei fazer esse tipo de comida assim, daqui já aprendi tudo, já sei fazer tudo. Você experimenta assim, sabe se está bom, porque Dona “Fulana” manda a gente experimentar tudo, mas eu só sei fazer essa comida mesmo, me acostumei com o gosto, tem coisa que eu nem gosto para comer mesmo, se eu fosse em um restaurante eu não comia essas coisas não”.

Pesquisadora: E como é provar uma coisa que você não gosta? Como você sabe se está bom?

Felipe: porque outra pessoa já fez desse jeito eu provei e ele disse que estava bom, eu provei aí toda vez faço desse jeito e sei que está bom, eu provo e sei quando o prato fica gostoso, quando está bom” (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

Ao provar os pratos o cozinheiro foi capaz de perceber que a comida está boa, saborosa, de acordo com o padrão do restaurante, se caracteriza com a cozinha regional. Não é uma impressão “do” cozinheiro após o juízo estético, é um conhecimento julgado esteticamente reproduzido socialmente. O juízo estético não é imediato, mas foi aprendido, o cozinheiro acostumou-se com o sabor e o tem como referência, o que mostra que o juízo é

social e está envolto ao contexto histórico da cozinha regional. Destaca-se que para identificar algo como “saboroso” o cozinheiro faz uma observação participativa imaginária revivendo as experiências anteriores para expressar evocativamente o sabor (STRATI, 2007a).

O padrão de uma atividade é institucionalizado não só pelo conhecimento estético evocativo, mas também por um juízo estético mais direcionado, como foi possível observar em dada ocasião: enquanto Felipe estava preparando um molho para ser congelado, ele experimentou e em seguida chamou Raissa para experimentá-lo. Raissa experimentou e permaneceu calada. Felipe agora pede para ela experimentar o outro molho pronto (produzido anteriormente e que está no banho maria sendo utilizado durante aquela noite). Raissa experimenta e silencia. Felipe então pergunta “E aí?”. Raissa sorri e continua em silêncio. A pesquisadora tem a impressão que ela realiza o seu juízo estético e Felipe pergunta: qual está mais gostoso? Ela responde sem pronunciar uma palavra, apenas olha e aponta com o dedo para o molho que já estava pronto sobre o banho maria (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

A faculdade gustativa não é inerente a boca. O gosto e textura são aprendizados culturalmente e negociados socialmente. Expressar esteticamente um sabor é algo complexo, a descrição de um sabor e o julgamento dele como gostoso é de difícil descrição e explicação. O gosto é socialmente desenvolvido, considerados e expressos metaforicamente, comunicados por expressões estéticas como “bom” ou “não bom”. A expressão da categoria estética não remete a beleza. Relaciona-se mais ao sublime, algo de difícil explicação e representação que os praticantes só sabem que é de determinada forma (FINE, 1996; STRATI, 2007a).

O processo de julgamento e da aprendizagem dos sabores também é coletivo, e é transmitido por meio da interação social, como demonstrado na seguinte observação: no cozer de uma calda, Raissa desliga e dá para a Daniela experimentar. “tá bom?”, pergunta Raissa. “Não”, a auxiliar Daniela coloca mais um pouco de gengibre e leva para a Sara experimentar. Felipe pergunta “Leva mais um pouco de gengibre?” “Leva, leva mais molho de pimenta também.” Felipe adiciona duas gotas de molho e uma auxiliar diz “tá bom!” (NOTAS DE CAMPO, JULHO, 2014).

O ponto de cocção correto é um aspecto que dá a qualidade ao cozinhar. Os cozinheiros utilizam sua faculdade gustativa para compreender se a textura de cocção está correta, essa atividade é realizada pelo meio corpóreo. A faculdade gustativa consegue, além de distinguir sabores, destituir texturas. Essa percepção é social e aprendida. Nas observações de campo, o paladar era muito utilizado como um instrumento para identificação de texturas e sabores.

Como evidenciado na observação: Mateus pega uma colher, e experimenta o molho do Bode que está em cocção. Faz uma careta, e diz “Lá para 20h eu tiro que está bom”. Amanda pergunta “Está bom esse bode? Mateus responde: “Está um pouco duro, tá duro ainda, mas daqui a pouco eu tiro, quando for umas 20h está bom”, diz olhando para o relógio. Amanda pergunta “E o tempero? Isso tá gostoso? Porque cheirosos está! Esse está bom, está gostoso demais.” Eram, aproximadamente, 19h20. Às 19h45, o Mateus olha para o relógio, se aproxima da panela, pega a colher, pega um pouco do bode, assopra a colher com a comida e experimenta, após diz “Agora tá quase bom” (NOTAS DE CAMPO, SETEMBRO, 2014).

O conhecimento gustativo é ainda utilizado para a análise da cozinha regional. Essa cozinha é representada por um gosto característico da região, por conter ingredientes, técnicas e receitas de uma região (BAHL, GIMENES, NITSCHKE, 2011). Braga (2004) explica que a cultura alimentar não se baseia apenas em aspectos históricos, mas também nas inovações cotidianas. Embora a cozinha regional em muitos dos restaurantes preserve os pratos regionais com características e ingredientes tradicionais, existem algumas releituras de pratos, que representam as inovações. Contudo, esse aspecto não faz com que a comida deixe de ser regional porque continua expressando a cultura alimentar da região.

O paladar dos cozinheiros está carregado de aspectos ligados à cozinha regional, e um de destaque é a maneira como o paladar utiliza os ingredientes, quer dizer, a utilização de determinados ingredientes está ligada a cultura alimentar da região. Para demonstrar como a comida regional interfere no cozinhar, apresenta-se como a manteiga se destaca como um elemento regional, ora utilizado como uma inovação (industrializada), ora como ingrediente histórico (de garrafa).

De forma geral, a manteiga ajuda caracterizar o gosto de João Pessoa na prática do cozinhar. A manteiga é constantemente utilizada de maneira industrial (RI) e de garrafa (RII). A manteiga é muito usada em várias receitas, ela é muito central na cozinha. Utiliza-se muita manteiga de um dia para o outro (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014), isso porque a lata de manteiga de dez quilos acaba em uma velocidade muito grande. A manteiga é consumida nas mais diferentes receitas e com os mais diferentes ingredientes, como no preparo de camarão, do arroz, da farofa, do pirão de queijo, do pire de macaxeira e da macaxeira.

Ainda no que se refere à centralidade da manteiga, no RII há no balcão de saída uma espécie de bandeja com várias garrafinhas de manteiga. Essas garrafas saem junto com cada prato e são colocadas nas mesas junto com o pedido. O cliente pode consumir a vontade (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014). O Júlio coloca manteiga de garrafa sobre a carne já

preparada, em seguida pega um pincel e espalha a manteiga. Assim, a manteiga é tão central que vai em cima de alguns churrascos para deixar a carne mais bonita, brilhante (NOTAS DE CAMPO, SETEMBRO, 2014).

Face ao exposto, é compreensível afirmar que a manteiga é um ingrediente relevante no gosto da comida que é preparada nos restaurantes e socialmente percebido com saborosa. Em certa ocasião, enquanto a pesquisadora realizava a observação, Amanda chamou atenção da pesquisadora dizendo:

“Olha como essa manteiga é gostosa, eu comia isso tudo (“Isso tudo” refere-se a uma bacia com cerca de dois quilos de farofa), diz Amanda apontando com o queixo. Pense... É gostosa demais! Vê aqui...” (a pesquisadora se aproxima da Amanda, que segura em suas mãos a bacia de farofa e em seguida coloca em cima do balcão onde está uma garrafa de 1 litro de manteiga da terra, pega uma colher e estende a mão para a pesquisadora), experimenta aqui um pouquinho, mulher. A pesquisadora experimenta e exclama: realmente tá uma delícia (A farofa estava deliciosa! E a pesquisadora que aprecia muito farinha de mandioca e farofa ficou com água na boca. Teve vontade de comer a bacia inteira) (NOTAS DE CAMPO, SETEMBRO, 2014).

Portanto, a manteiga, independente de ser industrializada ou da terra (de garrafa), é um bom exemplo de como o paladar participa do cozinhar como uma prática. Cabe-se ressaltar que a função da manteiga nos dois restaurantes adquire significados diferentes. No RI, é utilizada a manteiga industrializada apenas na comida, os únicos sentidos estéticos possíveis de identificá-la são o olfato e o paladar. Mesmo assim, é difícil precisar o quanto isso é possível, já que muitas vezes um ingrediente utilizado de maneira isolada tem o seu sabor e textura distintivo, mas quando adicionado no prato formam uma harmonia de sabores (LUNARDELLI, 2012).

Já no RII a manteiga é mais que um ingrediente, é também um símbolo do tipo de comida. Assim, ela é emblemática, além de compor pratos, ela vai para mesa como um tipo de “acompanhamento”, um tempero “extra” para acrescentar sabor a comida. É ainda utilizada para deixar a carne mais bonita, de modo que pode ser associada como componente evocativo da categoria do belo. É assim apreciada pelos sentidos da visão (direta e metaforicamente), do tato, do olfato e do paladar.

A faculdade gustativa dos cozinheiros interfere na prática do cozinhar, a interpretação do sabor é mediada pela cultura alimentar quando é compreendido como saboroso pela comunidade de cozinheiros. O resultado do juízo estético sobre como a comida feita é o próprio gosto, que também interfere no cozinhar como uma prática. Dito de outro modo, como o cozinhar como prática é situado e, neste contexto situado, a cozinha regional é a expressão da cultura alimentar, cozinhar como prática produz o gosto e este continua

interferindo no cozinhar como prática. Essa percepção é fortalecida quando se observa em campo a comida regional sendo reconhecida como saborosa.

Como foi demonstrado na seguinte observação: Raissa terminou de preparar um risoto de peixe e começou a fazer outro prato. Daniela foi montar o prato, quando Daniela começou a servir, Raissa disse “Não coloca esse molho todo não, senão fica muito líquido e experimenta também porque eu nem experimentei”. Daniela experimentou e disse “Por mim tá bom” e deu um pouco para Raissa experimentar, a qual confirmou “Por mim também”. Daniela disse “Dá um pouco para a ‘pesquisadora’ experimentar”. A pesquisadora achou o prato saboroso, permaneceu com água na boca, teve vontade de comer um prato inteiro de risoto de peixe (NOTAS DE CAMPO, AGOSTO, 2014).

Segundo as observações, o paladar é fruto de um julgamento coletivo, um gosto pode ser ensaiado como correto e assim ser institucionalizado, mas a principal expressão da faculdade gustativa no sentido situado foi a percepção de que a comida regional feita nos restaurantes estudados é a expressão de um gosto compartilhado. Essa percepção se fortalece quando a comida feita nos restaurantes é compreendida como saborosa pela comunidade de cozinheiros e pela pesquisadora. E pelas expressões comuns que se pode ouvir na cozinha como “Minha filha, a gente faz uma comida aqui que é uma delícia, pense em uma delícia”, disse Amanda.

A formação do gosto acontece por um processo de negociação subjetivo e coletiva em ambos os restaurantes (GHERARDI, 2013). Quando algo é compreendido com um “bom” gosto, é ensinado como algo saboroso, o papel da “prova” nesse caso é essencial, provando é possível aprender quando um sabor tem um gosto bom ou ruim.

4.3 APRENDIZAGEM SOCIAL E OS VÍNCULOS COM O COZINHAR COMO PRÁTICA: formação do conhecimento sensível

O lócus do conhecimento no cozinhar como prática é o corpo. O corpo, por meio das faculdades perceptivas da visão, audição, tato, olfato e paladar, é o lócus onde o conhecimento se concentra. Assim, a especificidade e a operacionalidade do corpo dão a significação da experiência por meio da construção coletiva evidência pelo juízo estético e a prática é situada no corpo (STRATI, 2007a; CAPELLE *et al*, 2014). Ou seja, no cozinhar como prática, a manifestação do lócus do conhecimento no corpo se manifesta pela utilização das cinco faculdades perceptivas.

Os órgãos dos sentidos fazem parte da prática porque seu uso ocorre como um

instrumento (GHERARDI, 2013; LOPES, 2014) de medida. Após a utilização das faculdades sensoriais perceptivas, existe uma interpretação que leva a uma posterior decisão sobre uma ação dentro da prática do cozinhar, que não ocorre de forma isolada, mas é sustentada coletivamente (GHERARDI, 2013).

No que se refere exclusivamente à faculdade gustativa, além de como instrumento de medida, ela se manifesta por meio da dimensão da cultura alimentar de João Pessoa, já que por meio do juízo estético ocorre a interpretação do sabor e essa interpretação é julgada com base na construção social e coletiva dos cozinheiros. Dessa forma, existe uma referência de sabor compreendido como “saborosa”. Este juízo estético coletivo permite a interpretação positiva e aceitável deste sabor, reconhecido coletivamente como familiar (BISPO, 2014; STRATI, 1992, 2007a).

Neste caso, quando os atores compartilham a percepção de que a comida regional é saborosa, fazem-no coletivamente e, enquanto eles compartilham, também sustentam, ou seja, produzem e reproduzem por meio e com base no juízo estético. E este gosto, que no caso do fazer gastronômico torna-se expresso por meio do sabor do alimento, caracterizado como regional, ajudam a produzir e a reproduzir a sociedade que também experimenta esse gosto (já refinado pelos cozinheiros) (GHERARDI, 2006, 2014a; AZEVEDO, 2013; BISPO, 2013a).

Cabe-se frisar que, no RI a os cozinheiros não tinham autonomia outorgada pela gestão dos restaurantes para criar novos pratos, o que remete a um gosto que foi institucionalizado pela gestão, que era minimamente mudando no cozinhar como prática. No RII o gosto era institucionalizado pela gestão, mas existia maior liberdade dos cozinheiros para introduzirem mudanças pontuais ao prato, o que sugere um gosto como um processo institucionalizado (GHERARDI, 2014a).

“As palavras saber e sabor aparentam-se. A origem das duas palavras é a mesma, o termo latino *sapere*, que significa “ter gosto”. Isso indica que a fonte do conhecimento empírico direto é etimologicamente associada ao sentido do gosto.” (CARNEIRO, 2005, p. 73). O que o autor chamou de “conhecimento empírico direto” é, em nossos termos, o conhecer na prática. Assim, compreende-se que quando a comunidade de cozinheiros aprecia o sabor (conhecimento sensível socialmente construído), eles também estão apreciando um saber, ou seja, formando um gosto específico para o contexto dos dois restaurantes.

Assim, nos contextos situados dos dois restaurantes regionais, as faculdades perceptivas são ferramentas para a comunidade de cozinheiros. Enquanto aprende-se o cozinhar como uma prática, aprende-se também o gosto, o novato aprende também uma maneira de portar seu corpo, a experimentação de um sabor é fundamental para o

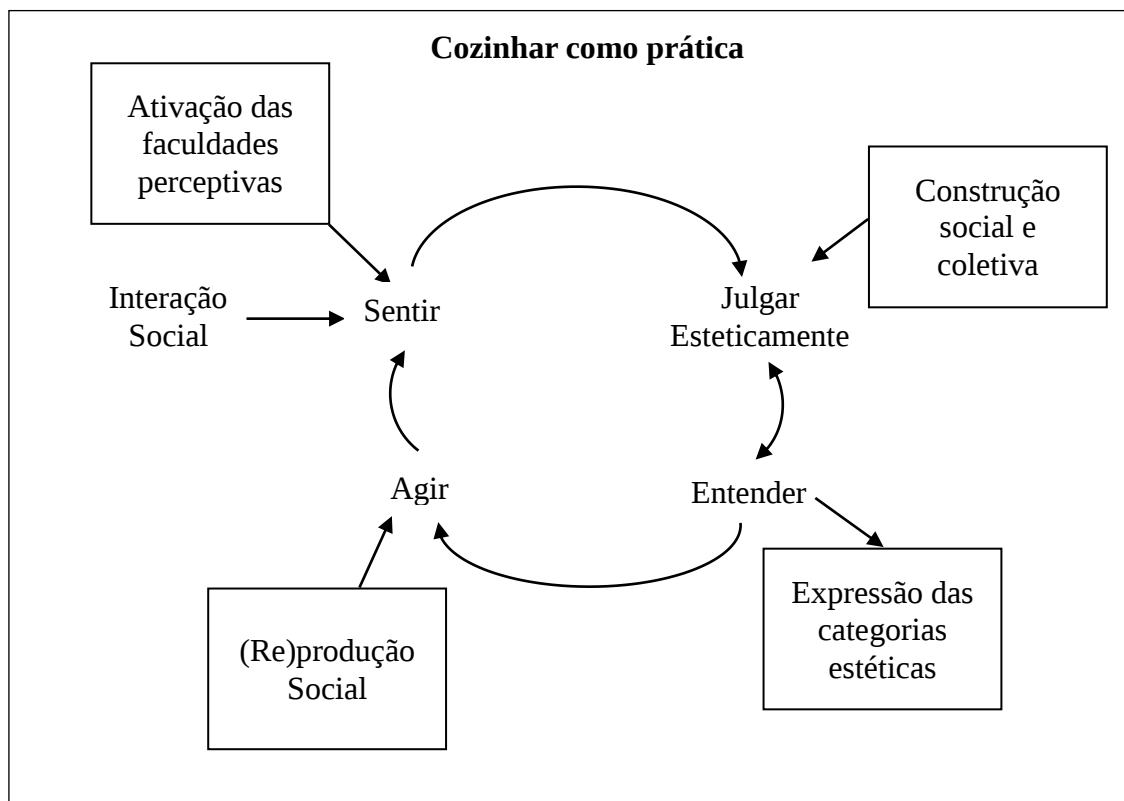
compartilhamento desse gosto. Isso se torna claro, por exemplo, quando o corpo se acostuma com o “quente”, acostumar-se com o quente faz parte do cozinhar como prática.

Deste modo, o conhecimento sensível acontece quando o novato adentra a organização, começa a viver as experiências sociais na organização, passa a se engajar, e começa a observar aleatoriamente como as atividades são desenvolvidas. Essas observações aleatórias acontecem e, aos poucos, o novato vai tendo a compreensão do currículo situado, do que será necessário aprender para tornar-se um cozinheiro reconhecido como um praticante no *Marítimos Restaurante* ou no *Picuí Praia*. As observações aleatórias envolvem a aprendizagem da utilização das faculdades perceptivas de acordo com as normas institucionalizadas pela comunidade de cozinheiros.

Quando um novato torna-se reconhecido como alguém que consegue utilizar suas ferramentas perceptivas de acordo com os padrões da comunidade de cozinheiros, suas ações mudam e ela começa a receber maior confiança para executar outras atividades. Isso significa que o novato começou a partilhar do juízo estético.

Mesmo assim, existem aspectos que ainda não se tornaram evidentes para o novato, os quais então são compartilhados por meio de observações diretivas, que ocorrem enquanto um ator mais experiente ensina deliberadamente um ator novato a cozinhar. E o novato vai fazendo e aprendendo enquanto cozinha, de acordo com o que foi explicitado pelo praticante mais experiente. O sinal de aprovação do praticante mais experiente corresponde também à legitimação, como também o compartilhamento das atividades ocorre com aqueles que conseguiram algum grau de legitimação. Quando os novatos buscam a legitimação sem apoio social são ignorados.

Isso acontece por meio do conhecimento sensível. Ao entrar na cozinha, um novato interage socialmente e **sente**, por meio da ativação das suas faculdades perceptivas, o que também envolve a sensação apreensão de um juízo estético coletivo; em seguida, ele **julga** esteticamente a impressão corporal, não de maneira particular, mas de acordo com construção social e coletiva da comunidade de praticantes; ao **entender**, o ator social categoriza a sensação expressando a categoria estética e, baseado nisso, ele age desempenhando as atividades da prática do cozinhar, produzindo e reproduzindo não só o seu trabalho, mas, por extensão, a sociedade. Como demonstra a Figura 6.

Figura 6 - Formação do conhecimento sensível no cozinhar como prática

Fonte: Elaborado pela autora com base na pesquisa de campo

4.4 COZINHAR COMO PRÁTICA: juízo estético da pesquisadora sobre as categorias estéticas

Assim, com a inserção da pesquisadora em campo para a realização da pesquisa foi possível fazer variados juízos estéticos. Embora nem sempre as categorias estéticas fossem expressas pelos atores organizacionais, a pesquisadora pôde experienciar o campo de pesquisa e realizar seus próprios juízos estéticos, avaliando as categorias que estavam presentes na vida organizacional das organizações estudadas e nos contatos realizados com os demais atores na realização do *zooming out*. Alguns contextos de vida organizacional carregam aspectos estéticos e chamaram a atenção da pesquisadora, ajudando a compreender melhor a organização (STRATI, 2007a). Posto isto, de maneira direta e clara a pesquisadora vai expressar sua percepção sobre as categorias estéticas nos restaurantes estudados.

O pitoresco foi fortemente evidenciado nos ambientes de comensalidades. Ao chegar à frente dos restaurantes estudados, foi possível perceber que os ambientes haviam sido pensados de maneira caprichosa. Quando a pesquisadora foi pela primeira vez ao RI ficou profundamente impressionada com a delicadeza dos detalhes, notoriamente, é um ambiente “fino”, “chique”. Quando a pesquisadora foi pela primeira vez ao RII ficou profundamente contagiada pelo ambiente informal, fresco, que lembra a casa da fazenda

(STRATI, 2000, 2007a). Esses aspectos ambientais ajudam a evidenciar que o fazer gastronômico envolve muito mais que a comida e o gosto da comida, mas também as características sutis dos espaços onde está comida é degustada. Estes espaços têm o seu caráter diferenciado em função da comida que é servida em cada restaurante.

A organização dos ambientes era expressa em cada detalhe, os ambientes tinham um “gosto” específico, pensadamente buscavam evocar em todos que adentram o local um sentimento específico, sentidos e sentimentos estéticos. Ao seu próprio modo, os dois são ambientes aconchegantes. A experiência de visitar os restaurantes é estética, baseada nas faculdades visuais e auditivas, isso porque por meio dos olhos é possível contemplar a singularidade do pitoresco no ambiente e, por meio dos ouvidos, captar o som específico e agradável. Essas percepções se tornaram mais fortes quando, por exemplo, escutava-se Bolsa Nova em uma quinta-feira de noite no RI e durante a música ao vivo (comuns nas finais de semana) no RII se escutava o forró, as músicas se harmonizavam com o ambiente.

As categorias agógicas, além do que já foi mencionado, eram manifestas por meio dos movimentos e dos ritmos, sendo preciso salientar a natureza dos ritmos de trabalho das organizações. Os restaurantes funcionam em horários durante os quais nem sempre é agradável trabalhar (sábados à noite, domingos, feriados), com demandas variadas e intensificadas nos horários mais complexos. Assim, a pesquisadora pôde experienciar um pouco da rotina dos cozinheiros, auxiliares de cozinha e dos demais profissionais que trabalham em restaurantes, especialmente no turno da noite.

Isso, ainda envolve outro aspecto do ritmo que, embora não seja o alvo deste estudo, destaca-se: trabalhar no turno da noite em restaurante significa vivenciar um turno de trabalho que começa às 16h00 ou 17h00 e vai até às 23h00 ou 00h00, quando são realizadas horas extras, pode ir até às 02h00 da manhã (madrugada) e onde nem sempre, em função do ritmo de trabalho, é respeitado o intervalo de descanso de uma hora. Assim, o trabalho e seu ritmo modifica o ritmo de vida e de trabalho do ator social. E os desgastes referentes ao trabalho são naturalizados e compreendidos como fonte de força já que “não é para todo mundo trabalhar em cozinha de restaurante à noite”, como disse certa vez uma cozinheira.

Desta maneira, a pesquisadora entende que a banalização dessas questões é bem representada pela categoria do feio. E que o ritmo das atividades realizadas em organizações gastronômicas dos trabalhadores é demasiado cansativo, não são raras as expressões como “estou morto de cansado”, “saí daqui ontem morta de cansada, cheguei em casa e caí na cama” e são consequência do ritmo desestruturado. Por outro lado, em dias de baixo movimento, o trabalhador consegue organizar melhor seu tempo de trabalho. Passado o

primeiro momento de organização, o ritmo desacelerado é considerado enfadonho e os profissionais parecem ansiosos pela conclusão da jornada de trabalho. O gosto pelo trabalho é evidenciado quando existe um contínuo: esse é um ritmo considerado agradável.

O belo se manifestou em muitos momentos: no engajamento da comunidade de cozinheiros, nas belezas dos pratos, na satisfação pelo gosto pelo cozinhar. Muitas vezes existiam noites inteiras de crescente harmonia negociada, isso porque embora a negociação da prática envolva alguns conflitos, estes são mediados pela natureza do trabalho. Foi belo também contemplar de maneira tão clara como as faculdades perceptivas e o conhecimento sensível é manifesto no cozinhar. Sentir o campo proporcionou ver beleza enquanto um alimento é flambado. A beleza, a satisfação e o prazer são expressos pela realização de prazer que o gosto da comida pode proporcionar e o elogio quando feito à comunidade de cozinheiro representa o ápice dessa beleza. Isso significa que, para a pesquisadora, em muitos momentos o sublime e o belo se fundem.

A ausência do sagrado despertou de sobremaneira a atenção da pesquisadora. A utilização do sagrado na cozinha regional possibilitaria um maior respeito aos elementos tradicionais da comida regional, que como patrimônio cultural e histórico deve ser produzida e reproduzida socialmente. Assim, a ausência do sagrado foi experienciada quando se observou que apesar de existir uma comida regional de João Pessoa, fortemente carregada e associada à comida nordestina, não existe um prato típico carregado de suficientes elementos emblemáticos da cidade. Por outro lado, o sagrado se manifesta por meio de um sabor característico, que representa um juízo estético construído e reproduzido socialmente pela faculdade perceptiva gustativa. Esse gosto sagrado é sustentado e compartilhado com todos que fazem parte da estética da vida organizacional.

5. A SOBREMESA: conclusões

Ao concluir este trabalho, esta seção se dedica as reflexões finais. Deste modo, foram resgatadas algumas conclusões que emergiram e são importantes para a finalização desta pesquisa. Estas conclusões se relacionam com implicações metodológicas, práticas e teóricas. Inicialmente serão realizadas algumas reflexões e contribuições metodológicas. Em segundo, os resultados da pesquisa, a resposta ao problema e a realização dos objetivos. Em terceiro, a percepção sobre as limitações deste estudo. Em quarto lugar, a sugestão de estudos futuros. E finalmente, em quinto, as reflexões sobre o período do mestrado.

No que se refere aos aspectos metodológicos, a escolha por uma pesquisa de inspiração etnográfica e caráter estético representou uma maneira de perceber, por meio de fragmentos de observação, como a prática do cozinhar se desenrola no contexto, neste caso, nos dois restaurantes. A etnografia levantou aspectos estéticos que dificilmente seriam evidenciados por estudos tradicionais, o que foi algo positivo porque possibilitou a observação de como as pessoas cozinham juntas a partir da construção coletiva do conhecimento sensível.

Olhando sobre outra perspectiva, a etnografia também possui seu lado trágico. A tensão experimentada pelos atores organizacionais nas primeiras observações também foi percebida pela pesquisadora. Adentrar o ambiente de trabalho dos cozinheiros é “invadir” o espaço deles, diminuir a privacidade e provocar um tipo de comportamento estético que não é possível dimensionar. Todavia, se as observações eram estranhas aos atores observados, para a pesquisadora também as eram e, do mesmo modo, foi um grande desafio observar perceptivamente os atores enquanto desempenhavam o seu trabalho. Foi estranho fazer perguntas enquanto eles trabalhavam apressadamente, existia um receio de atrapalhar o trabalho dos cozinheiros e auxiliares.

Por outro lado, fazer entrevista sobre estética com os gestores se mostrou uma atividade amplamente complicada. Quando foram realizadas as entrevistas, um dos proprietários do restaurante repetia em muitas perguntas “como assim? Eu não sei responder, isso é subjetivo demais”. Essa resposta parece indicar que os gerentes estão tão acostumados com o pensamento racional, que expressar suas atividades a partir de outros olhares se torna uma tarefa difícil. E isso não acontece porque não existam aspectos estéticos em seu trabalho, nem mesmo porque eles não tomem decisões baseadas em aspectos estéticos, mas porque existe um apelo constante para os empresários utilizarem a an-estetização, e ainda, que os aspectos estéticos são de difícil expressão e por isso são metaforizados por categorias

estéticas, por exemplo. O que ressalta as impressões dos teóricos de que a observação parece ser um instrumento bem mais eficaz que as entrevistas, logo que as pessoas espontaneamente têm dificuldades em descrever os aspectos estéticos do trabalho.

Um outro ponto importante, que ajuda a explicar as escolas metodológicas, refere-se ao fato de os cozinheiros conseguirem desempenhar de forma competente suas atividades utilizando as faculdades perceptivas, mas muitas vezes quando eram solicitados a explicar, eles não conseguiam descrever como se faz, isso porque o tipo de conhecimento é estético, sensorial e tácito. Outro aspecto é que a língua portuguesa não consegue descrever com riqueza de detalhes experiências estéticas, essa foi a principal razão que nos levou a optar por observações e conversas informais (coleta de dados), e, pela observação participante imaginária e análise interpretativa (análise). Em lugar de utilizar métodos tradicionais de pesquisa e análise de dados qualitativos. Ressaltamos que, não analisamos discursos ou o conteúdo deles, analisou-se esteticamente uma prática que é de difícil descrição verbal.

Realizar pesquisa dentro de um restaurante traz consigo uma série de contradições estéticas. Não foram poucas as vezes que os aromas das comidas perturbaram profundamente a concentração da pesquisadora no campo. Muitas vezes foram registradas no diário de campo expressões como “cozinha tá com um cheiro delicioso”, “tem um cheiro muito bom aqui”, “estou com água na boca, porque o cheiro está bom demais”. Alguns dos cheiros eram de pratos que a pesquisadora apreciava degustar, outros eram cheiros que a pesquisadora nunca havia sentido, mas compreendeu como agradáveis. Ressalta-se que por questões religiosas e filosóficas a pesquisadora não come algumas das principais proteínas utilizadas nos restaurantes estudados como camarão, caranguejo e carne de sol, por exemplo. Mesmo assim, algumas nuances desses cheiros fazem parte da construção social e histórica da pesquisadora, e não foram poucas as vezes, que mesmo não desfrutando desses sabores, e nunca tendo experimentado alguns deles, eram compreendidos como agradáveis a ponto de evocar sentimentos. Por exemplo, o cheiro do ensopado de caranguejo lembrava muito o de peixe no coco com bredo que a pesquisadora comia muito quando criança.

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar o processo de aprendizagem do cozinhar na formação do gosto, em dois restaurantes de comida regional em João Pessoa à luz das práticas sociais e da estética organizacional. Este objetivo foi alcançado quando descobriu-se que os cozinheiros aprendem a cozinhar utilizando suas faculdades perceptivas e ativando seu juízo estético. Todas as faculdades são relevantes, por meio delas é que os cozinheiros aprendem a cozinhar. Todavia, neste processo, a faculdade perceptiva do paladar apresenta um maior destaque por ser a responsável por interpretar um sabor para depois julgar

algo como esteticamente “gostoso”. De modo que, o gosto é fortalecido pelo paladar.

Em relação ao primeiro objetivo específico “caracterizar de forma estética, social e historicamente os restaurantes estudados”, observou-se que o Marítimos Restaurante é rico em aspectos físicos em seu ambiente. A categoria do pitoresco demonstra que o restaurante possui aspectos amplos que buscam evocar no cliente um sentido específico. Em sua decoração, o tema náutico está em todos os lugares, desde da rampa de entrada que já lembra um navio, passando pelas roupas dos garçons, chegando até uma barca que serve como mesa de frios nos finais de semana. Esses aspectos muito se harmonizam com a comida que é dos mares, como pescados e frutos do mar. No Picuí Praia, a categoria estética do pitoresco também se sobressai. Neste, a decoração é feita com base nos aspectos do interior, sertanejo. As xilogravuras da cultura paraibana, os animais decorando todo o ambiente, bem como os tijolos aparentes reportam ao sítio e à fazenda, harmonizando-se muito bem com a comida sertaneja, rica em carne de sol, nata, macaxeira e manteiga.

No que se refere ao segundo objetivo específico, “descrever o processo de aprendizagem, geração e transmissão de conhecimento da prática em dois restaurantes de comida regional em João Pessoa”, emergiram do campo uma textura de práticas. Dentre elas, as principais são da gastronomia, composta por no mínimo quatro práticas: o cozinhar, o comer, a cultura alimentar e a cozinha regional. Destas práticas a que emergiu com maior força foi o cozinhar, que é fortemente influenciado pelas outras práticas e no contexto situado, o cozinhar esteve vinculado mais diretamente a cultura alimentar.

Além disso, o processo de aprendizagem do cozinhar acontece por meio da legitimação, das observações aleatória e direta, é através das faculdades perceptivas que o novato aprende. A noção de currículo situado e do agir socialmente para aprender a cozinhar, também se mostrou eficiente no contexto situado. Quando o novato adquire alguma legitimação, ele começa a agir de uma maneira que julga esteticamente como correta. A transmissão é fortemente vinculada a apreensão do juízo estético. Assim, as faculdades perceptivas estão imbricadas no processo de aprender.

Deste modo, foi demonstrado que é possível usar a faculdade perceptiva do tato para interpretar determinada atividade, como medida e no lugar de outros utensílios. A visão é usada no cozinhar para observar se as atividades da prática são realizadas de maneira normativa. Já os ouvidos são usados para perceber o ponto de cocção da comida e escutar os sons dos equipamentos tecnológicos. A faculdade olfativa é usada, principalmente como um juízo do que é perecível. E a faculdade gustativa é usada no cozinhar para identificar se a cocção, sabor e textura estão adequados e se apresentam o gosto da cozinha regional.

Embora se tenha analisado como os cozinheiros e auxiliares de cozinha conhecem a prática a partir dos olhos, dos ouvidos, do paladar e das mãos separadamente, convém ressaltar que esta representa apenas uma divisão didática. Logo que o conhecimento perceptivo é formado pelo conjunto das percepções e pelo juízo estético, foi bastante difícil separar o que as pessoas faziam com cada sentido, pois, mesmo quando existia a predominância de um sentido os outros se evidenciavam também. Assim, embora existam pessoas que têm uma mão boa para a cozinha, ao se aperfeiçoarem, elas fazem uso dos outros sentidos para aprender a “ter uma mão boa”. Esse conhecimento é material, corporal, sensível e pessoal, mas é reconhecido como correto pela comunidade de cozinheiros por meio do juízo estético.

No que se refere ao terceiro objetivo específico, “explicitar o processo de formação do gosto por meio do conhecimento sensível em dois restaurantes de comida regional em João Pessoa”, é importante entender que toda essa percepção estética sensorial gera uma ação no conduzir da prática. Assim, como todas as faculdades sensoriais são usadas como instrumento de medida, a interpretação precede uma ação e envolve um apurado juízo estético coletivo (comunidade de cozinheiros). Porque a medida é realizada com base na institucionalização da atividade da prática. Desta forma, percebe-se, julga-se, entende-se e age-se com base nas faculdades perceptivas. É a corporeidade que sustenta o conhecimento da cozinha para formar o gosto.

O conhecimento sensível é o principal conhecimento utilizado no cozinhar como prática para a formação do gosto, ele está no lugar dos conhecimentos científicos. Desta forma, na prática laboral analisada, existem poucas evidências da utilização de educação formal, conhecimento científico e tecnologias específicas. Contudo, destaca-se que em muitos momentos, a educação formal, o conhecimento científico e as tecnologias específicas foram auxiliares nesse processo. Evidencia-se neste caso, a faculdade perceptiva da audição, que depende diretamente de um estímulo científico tecnológico para agir em determinadas situações.

Ademais, a pesquisadora suspeita que aprendeu muito mais do que conseguiu expressar em seu relatório de pesquisa ou resumir nestas reflexões finais. A pesquisadora possui a “consciência do saber”, ou seja, sabe algo que não consegue explicar. Isso porque em uma pesquisa estética, os elementos estéticos tido como tácitos são de difícil compreensão e explicação analítica (STRATI, 2003, 2014).

Finalmente, o problema desta pesquisa é: como ocorre o processo de aprendizagem do cozinhar na formação do gosto em dois restaurantes de comida regional à

luz das práticas sociais e da estética organizacional? De forma bem clara, a resposta indica que a utilização do compartilhamento de juízos estéticos e a utilização das faculdades perceptivas, especificamente o paladar, são os responsáveis pela formação do gosto.

Em outras palavras, usando a metáfora de Bittencourt e Machado (2011), pode-se afirmar que estudar o cozinhar como prática, a formação do gosto e as organizações gastronômicas por meio da estética organizacional, da aprendizagem social e do conhecimento em prática, permitiu o desenvolvimento de uma nova receita que pode agradar os mais exigentes paladares científicos. Tanto os que se dedicam ao estudo da alimentação e da gastronomia pelas vertentes sociológicas e antropológicas, como os que se dedicam aos estudos organizacionais por meio das práticas sociais. E também, porque não, aqueles que estudam as organizações pela lógica empresarial, pois embora a estética e as práticas tenham um interesse no conhecimento sensível, no cotidiano e na (re)produção da sociedade, o relato desta pesquisa está cheio de nuances estéticas e sensíveis que podem ser bem aplicadas ao contexto empresarial.

Esta nova receita não apresentou apenas ingredientes teóricos, mas também metodológicos. Os ingredientes metodológicos se constituíram de um estudo tipo etnográfico de caráter estético, o qual se demonstrou como um tempero adequado para este estudo. Desta forma, esta nova receita pôde suscitar uma compreensão mais ampla sobre a aprendizagem da gastronomia dentro de restaurantes, como também, entender como os comensais compreendem esteticamente o sabor da comida regional por meio do juízo estético da pesquisadora. Cabe ressaltar que essa receita não é “sagrada”, assim, pode ser acrescida e decrescida de outros elementos de acordo com o objeto de estudo e com o seu contexto. De modo que, deve-se fazer uso da criatividade e utilizar novos ingredientes e temperos metodológicos e teóricos em outros estudos, desde que estejam de acordo com os princípios que sustentam as posições teórico-filosóficas da estética organizacional.

Cabe ainda destacar que, durante a pesquisa, foram vivenciadas algumas limitações. A primeira se relaciona com o acesso aos restaurantes, que diz respeito ao número grande de rejeições recebidas pela pesquisadora (seis), isso se deve ao fato de a pesquisa ser do tipo etnográfica e, portanto, necessitar de uma imersão na organização estudada. Essa limitação repercutiu ainda, em tempo e esforço dispensados na busca dos restaurantes, que poderiam ser poupados para a realização da pesquisa.

A segunda limitação se relaciona a desistência do Restaurante III. Ressalta-se ainda que, a desistência, após quatro visitas, deu-se por um processo de an-estetização. Buscou-se reprimir conscientemente algumas práticas organizacionais de relações de trabalho

consideradas desagradáveis e problemáticas, assim, buscou-se silenciá-las por dois motivos principais. Primeiro porque não se constituiu o foco deste estudo analisar relações de trabalho, embora elas possam influenciar na estética organizacional e na comunidade de cozinheiros, e, segundo, porque se buscou a estetização da pesquisa, buscou-se livrar a pesquisa de um ambiente emocional feio e do grotesco.

A terceira limitação diz respeito ao campo. As organizações gastronômicas estudadas são um tipo de território situacional, nesse território existem regras e normas próprias. Assim, cozinheiros, auxiliares e demais funcionários dos restaurantes participaram da pesquisa de forma espontânea, mas limitada. Um tipo de espontaneidade limitada, pois que os atores têm a percepção de que fazem coisas que devem fazer, pois de modo contrário, poderiam sair prejudicados porque a pesquisa foi previamente aprovada pela gestão dos restaurantes. Não participar da pesquisa poderia implicar em prejuízos ou situações desconfortáveis de ordem material, social e profissional (GHERARDI, 2014). Deste modo, o território situacional estudado se constitui como uma limitação da pesquisa.

Por fim, a inexistência de experiência da pesquisadora em uma pesquisa de inspiração etnográfica de estilo estético fez da pesquisa mais desgastante e demandou maior esforço para que o processo fosse concluído. Esta limitação só não foi mais forte porque a pesquisadora tinha experiências anteriores com outros tipos de pesquisa que contribuíram no processo.

Finalmente, ressalta-se que alguns temas emergiram nesse estudo e podem representar oportunidades para estudos futuros:

- A estética organizacional, por meio do estilo de pesquisa arqueológica, pode ser uma teoria interessante para o estudo do serviço dos pratos;
- Criatividade em prática na cozinha de restaurante;
- Gastronomia como uma textura de práticas que está envolta em no mínimo quatro práticas: o cozinhar, o comer, a cultura alimentar e a cozinha regional;
- Aprendizagem social da formação prática em cozinheiros profissionais. Muitas vezes, as pessoas entram em restaurantes sem experiência.
- Relação trabalho e família em cozinheiros profissionais.
- Relações de trabalho no contexto dos restaurantes. A desistência da Restaurante III se deu pela pesquisadora sentir repugnância pelas práticas de relações de trabalho identificadas na organização durante a visita realizada. Assim, seria interessante realizar um estudo sobre esse tema levantado em

consideração aspectos como: cozinhas de restaurantes são lugares insalubres; a rotatividade de cozinheiros e auxiliares de cozinha parece ser grande (durante a realização da pesquisa, em ambos os restaurantes, foram contratadas, demitidas, e se demitiram pessoas - ficaram pouco tempo); pela natureza do trabalho, em alguns restaurantes são contratados “extras” nos fins de semana para atender ao aumento na demanda; as escalas de trabalho são complexas, assim como nem sempre o intervalo de descanso é respeitado.

Isto posto, realiza-se uma reflexão direta sobre formação da pesquisadora no período do mestrado, que foi escrita na primeira pessoa.

Ao finalizar mais uma etapa, torna-se relevante refletir sobre a minha formação de mestra. Entrei no mestrado com algumas certezas: faria o máximo que pudesse, aproveitarias todas as experiências acadêmicas para aprender, faria pesquisa quantitativa e estudaria aprendizagem individual de gerentes. Essas certezas não eram guiadas por motivos preconceituosos, mas representavam os objetivos que eu tinha determinado para esta etapa, ou como eu costumo chamar, para este “batente” (refere-se ao batente da “escada” da carreira).

Logo nas disciplinas descobri que o meu máximo era muito além do que eu imaginava em relação a tudo, escrita, leitura, aprendizado, capacidade de ser multitarefas. O máximo era longe e custava esforço, mas o mais interessante é que eu era imensamente recompensada principalmente no ápice da minha concentração, quando eu sorria por finalmente compreender algo que anteriormente havia sido incompreensível ou por descobrir um método ou uma teoria nova e achar incrível. Assim, o próprio máximo se tornava a finitude do conhecimento e nesses momentos eu sempre lembrava como, apesar de todo esforço, era maravilhoso estudar essas coisas tão incríveis. E esse sentimento era a própria expressão de aproveitar cada experiência para aprender. Passadas as disciplinas, minha certeza não foi que eu sabia de “tudo”, também que eu não sabia “de nada”, mas que ainda tinha muito a aprender para tornar-me a profissional que eu desejo ser.

No que se refere a pesquisa quantitativa e a aprendizagem individual, sempre tive a impressão que na etapa do Mestrado fazer pesquisa quantitativa parece uma boa escolha de aproveitar o tempo e os variados recursos escassos. E não estava enganada, ainda continua me parecendo. No entanto, fazer pesquisa qualitativa de base social com um viés filosófico ampliou, de maneira considerável, os meus horizontes. As teorias de base sociológicas (embora me incomodem por serem excessivamente relativistas, já que eu não vejo a vida desta forma) sempre me foram interessantes, mas nunca foram uma prioridade de estudo. Embora a teoria da prática e a estética sempre me parecessem difíceis e no início

incompreensíveis, superar essas barreiras e começar a escrever sobre coisas, que em muitos momentos me pareceram ilógicas, representou uma ampla oportunidade de aprendizado, e penso que é apenas o começo, talvez seja possível dominar o indominável. O mais interessante de usar novas teorias, tem sido estudar os métodos que as acompanham, confesso que muitas vezes eles também me parecem indomináveis, mas o esforço foi válido.

Concluo minha reflexão, explicando, de modo geral, como foi possível aproveitar todas as experiências acadêmicas para aprender. Embora o meu quarto, os laboratórios e as salas de aula do PPGA/UFPB e a sala do meu professor-orientador foram o lócus de maior aprendizado, não posso deixar de expressar como foi importante participar de congressos, em que os assuntos mais importantes e discutidos eram os que estávamos estudando. Finalizo dizendo da minha surpresa e alegria ao ser reconhecida como “artigo destaque” em um evento da Pós-graduação de Turismo, pois esse representou um pequeno resultado de um esforço do meu orientador e meu em tentarmos compreender, explicar e aplicar algumas teorias que para mim, em alguns momentos, ainda pareciam confusas. Saio com a experiência do estágio docência – muito relevante e com uma experiência mais rica em termos de pesquisa qualitativa. Estou certa de que concluo esse “batente” com a consciência dos meus erros, com alegria pelos acertos e disposta a continuar aprendendo, porque cada vez mais tenho certeza que isso é apenas o começo.

REFERÊNCIAS

- ABIA. Mercado de Food Service. **Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação**. Disponível em: <http://www.abia.org.br/cfs2014/mercado.aspx> Acesso em 13 de janeiro de 2015.
- ANDION, C; SERVA, M. A. A etnografia e os estudos organizacionais. In: GODOI, C. K.; ANDEIRA,-DE-MELO, R.; SILVA, A. B, **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: Paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006. p.147 – 179.
- ANTONELLO, C. S.; GODOY, A. S. A encruzilhada da aprendizagem organizacional: uma visão paradigmática. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 2, p. 310-332, 2010.
- ANTONELLO, C. S.; GODOY, A. S. Aprendizagem organizacional e as raízes de sua polissemia. In: ANTONELLO, C. S.; GODOY, A. S. **Aprendizagem organizacional no Brasil**. Porto Alegre: Bookman, 2011. pp. 31-50.
- AVILA, B. P. de. **Noção de *knowing-in-practice***: um estudo etnográfico em um ambiente de desenvolvimento de software. 2013. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.
- AZEVEDO, D. Aprendizagem Organizacional e Epistemologia da Prática: Um Balanço de Percurso e Repercussões. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social – RIGS**, v.2 n.1, 2013.
- BAHL, M.; GIMENES, M. H. S. G.; NIESTCHE, L. B. Territorialidade gastronômica: as cozinhas regionais como forma de mediação do homem com o meio e como atrativo turístico. **Revista Geográfica de América Central** (online), v. 2, p. 1-16, 2011.
- BANKS, M. **Dados visuais para pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artemed, 2009.
- BARCZSZ, D. S.; AMARAL, F. F. A. Turismo Gastronômico: a percepção do turista na 18ª festa nacional do carneiro no buraco de campo mourão estado do Paraná. **Patrimônio: Lazer & Turismo**, v.7, n.11, p.66-98, 2010.
- BERTOLIN, R. V.; CAPPELLE, M. C. A.; BRITO, M. J. de. Corporeidade e Estética na Aprendizagem Organizacional: Insights Emergentes. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 15, n. 2, 2014.
- BISPO, M. de S. Aprendizagem organizacional baseada no conceito de prática: contribuições de Silvia Gherardi. **REV. ADM. Mackenzie**, v.14, n..6, 132-161. 2013a.
- BISPO, M. de S. Estudos baseados em prática: conceitos, história e perspectivas. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v.2, n.1, pp.13-33. 2013b.
- BISPO, M. de S. O Processo de organizar em agências de viagens: influências estéticas, etnometodológicas e práticas. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 8, p. 161, 2014.
- BISPO, M. de S.; GODOY, A. S. . The learning process of the use of technologies as practice: an ethnomethodological approach in travel agencies. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 6, p. 34-54, 2012.
- BISPO, M. de S.; SOARES, L. C.; CAVALCANTE, E. D. C.. Panorama dos Estudos sobre “Prática” no Brasil: uma Análise da Produção. In: **EnANPAD, 2014**, Rio de Janeiro. XXXVIII, 2014.
- BITTENCOURT, P. A.; MACHADO, D. F. C. Para aguçar o paladar: discussões iniciais sobre a relação entre alimentação e espaço social. In: POSSAMAI, A. M. DE P.; PECCENI, R. (org.) **“Turismo, história e gastronomia: uma viagem pelos sabores”** Caxias do Sul: Educs, 2011. p. 75 – 94.
- BLACKLER, F.; CRUMP, N.; MCDONALD, S. Organizing Processes in Complex Activity

- Networks. In: NICOLINI, D.; GHERARDI, S.; YANOW, D. **Knowing in organizations: a practice-based approach**. New York: M.E. Sharpe, 2003. p. 126-150.
- BRAGA, V. Cultura alimentar: contribuições da antropologia da alimentação. **Saúde em Revista**, Piracicaba, v.6, n. 13, pp. 37-44. 2004.
- BRILLAT-SARAVARIN, 1995 Brillat-Savarin. **A fisiologia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- BROWN, J. S.; DOGUID, P. Organizational Learning and Communities of Practice: Toward a Unified View of Working, Learning and Bureaucratization, **Organization Science**. v.2, n. 1, pp. 40-57. 1991.
- CAMARGO, M. H. As estéticas e suas definições da arte. **R.cient./FAP**, v.4, n.1, pp. 1-15. 2009.
- CARNEIRO, Henrique S. Comida e sociedade: significados sociais na história da alimentação. **História Questões & Debates**, v. 42, 2005.p.71-80.
- CASTRO, F. M. M., SANTOS, J. G. M. . (2012). A cultura gastronômica como atrativo turístico: relato de uma experiência de pesquisa nos Restaurantes de Aracaju/SE. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. IX(2), 155 - 174.
- CHIESA, C. D.; FANTINEL, L. D. 'Quando eu vi, eu tinha feito uma etnografia': notas sobre como não fazer uma 'etnografia acidental'. In: Encontro de Estudos Organizacionais, 2014, Gramado. **Anais do EnEO**, 2014.
- COELHO NETO, E.; BOULHOSA, R. de F. Comunicação, Comida e Território: A capacidade distintiva da gastronomia na reputação de cidades brasileiras. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 20, n. 2, p. 521-539, 2013.
- CORRADI, G; GHERARDI, S; VERZELLONI, L. Through the practice lens: where is the bandwagon of practice-based studies heading? **Management Learning**, v. 41, n. 3, p. 265-283, 2010.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. A disciplina e a pratica da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna (orgs). **Planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2 ed. Porto Alegre: ARTMED, 2006.
- ESSÉN, A.; VÄRLANDER, S. W. The mutual constitution of sensuous and discursive understanding in scientific practice: An autoethnographic lens on academic writing. **Management Learning**, v 44, n. 4, p. 395-423, 2013.
- EWENSTEIN, B.; WHYTE, J. Beyond Words: Aesthetic Knowledge and Knowing in Organizations, **Organization Studies** , v.28, n. 5, p. 689-708, 2007.
- FINE, G. A. **Kitchens: the culture of restaurant work**. Berkeley, CA: University of California Press, 1996.
- FLICK, U. Uma introdução à pesquisa qualitativa. São Paulo: Bookman, 2009.
- FLACH, L.; ANTONELLO, C. S. Organizações culturais e a aprendizagem baseada em práticas. **Cadernos EBAPE**, v. 9, n. 1, p. 155-175, 2011.
- FREIXA, D.; CHAVES, G. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional. 2012
- FURTADO, Silvana Mello. Uma reflexão sobre a hospitalidade nos meios de comunicação: um estudo da gastronomia nos programas de TV. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. VIII, n. 1, p.109-130, jan.-jun. 2011.

- GAČNIK, A. Gastronomy heritage as a source of development for gastronomy tourism and as a means of increasing Slovenia's tourism visibility. **Academica Turistica**, v 5, n. 2, 2012.
- GEIGER, D. Revisiting the concept of practice: toward an argumentative understanding of practicing. **Management Learning**, v. 40, n.2, 129-144. 2009.
- GHERRARDI, S. **Practice-based theorizing on learning and knowing in organizations**: An introduction. *Organization*, v.7, n.2, p. 211–223, 2000.
- GHERRARDI, S. From organizational learning to practice-based knowing. **Human Relations**, v.54, n.1, p.131-139, 2001. pp. 1- 44
- GHERRARDI, S. **Organizational knowledge**: the texture of workplace learning. Oxford: Blackwell, 2006.
- GHERRARDI, S. Knowing and learning in practice-based studies: an introduction. **Learning Organization**, v. 16 n. 5, pp. 352 – 359, 2009.
- GHERRARDI, S. **How to conduct a practice-based study**: problems and methods. Cheltenham: Edward Elgar, 2012. pp. 155 – 177.
- GHERRARDI, S. Prática? É uma Questão de Gosto! **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v.2, n.1, pp 107-124, 2013.
- GHERRARDI, S. Conhecimento situado e ação situada: o que os estudos baseados em prática prometem. In: GHERRARDI, S.; STRATI, A. **Administração e aprendizagem na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014a.
- GHERRARDI, S. O poder crítico da lente das práticas. In: GHERRARDI, S.; STRATI, A. **Administração e aprendizagem na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014b.
- GHERRARDI, S.; NICOLINI, D. "Actor-networks:ecology and entrepreneurs". In: CZARNIAWSKA, B.; HERNES, T. (eds). **Actor-Network Theory and Organizing**. Copenhagen: Liber & Copenhagen Business School Press, 2005, p. 285-306.
- GHERRARDI, S.; PERROTTA, M. Egg dates sperm: a tale of practice change and its institutionalization. *Organization*. N. 18 v. 5, 2011.
- GIMENES, M. H. S. G. O uso turístico das comidas tradicionais: algumas reflexões a partir do Barreado, prato típico do litoral paranaense (Brasil). **Turismo e Sociedade**, v. 2, n. 1, p. 8-24, 2009.
- GIMENES, M. H. S. G. Viagens, sabores e cultura: reflexões sobre pratos típicos no contexto do turismo gastronômico. In: POSSAMAI, A. M. DE P.; PECCENI, R. (org.) **Turismo, história e gastronomia**: uma viagem pelos sabores Caxias do Sul: Educs, 2011. P. 19 – 30.
- GODOY, A. S. A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 4, p. 65-71, 1995.
- HUMPHREYS, M; WATSON, T. Ethnographic practices: From 'writing-up ethnographic research' to 'writing ethnography'. In: **Organizational ethnography**: Studying the complexity of everyday life. London: SAGE Publications, 2009. pp 40-55.
- HEGARTY, J. A & O'MAHONY, G. B. Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. **Hospitality Management**, v. 20, 3 - 13, 2001.
- IFEP – INSTITUTO FECOMÉRCIO DE PESQUISAS ECONOMICAS E SOCIAIS DA PARAIBA. **Pesquisa anual de desempenho do turismo na região metropolitana de João Pessoa**, 2014.

INFOJOBS. **Auxiliar de Cozinha.** Disponível em [http://www.infojobs.com.br/artigos/Auxiliar de Cozinha 2199.aspx](http://www.infojobs.com.br/artigos/Auxiliar%20de%20Cozinha%20199.aspx) Acesso em 16 de dezembro de 2014.

JAIME JUNIOR, P. Pesquisa em organizações: por uma abordagem etnográfica. **Civitas–Revista de Ciências Sociais**, v. 3, n. 2, p. 435-456, 2003.

JARZABKOWSKI, P. Strategic practices: an activity theory perspective on continuity and change. **Journal of Management Studies**, v. 40, n. 1, p. 23-55, 2003.

JOÃO PESSOA. A capital: João Pessoa é surpreendente. Em <http://www.joaopessoa.pb.gov.br/secretarias/setur/joaopessoa/> Acesso em 27/05/2014.

KIVELA, J.; CROTTS, J. C. Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, v. 30, n. 3, p. 354-377, 2006.

LAVE, J; WENGER, E. **Situated Learning**: legitimate peripheral participation. Nova York: Cambridge University Press, 1991.

LAW, J. Notes on the theory of the actor network: ordering, strategy and heterogeneity. **Centre for Science Studies**. Lancaster University, Lancaster LA1 4YN, 1992. Publicado em: [http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Law-Notes-on ANT.pdf](http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Law-Notes-on%20ANT.pdf) Acesso em 22 abr. 2014.

LEAL, W. **Fragmentos étlicos e gastronômicos**: a história do comer e do beber na Paraíba. 1 ed. João Pessoa. Editora Textoarte, 2002.

LOPES, L. L. S. **Sabores do cotidiano**: a experiência estética nas práticas culinárias de uma organização gastronômica. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Estadual do Ceará, 2014.

LOPES, L. L. S.; SOUZA, E. M. de ; IPIRANGA, A. S. R. . Desvelando as Categorias Estéticas na Organização de um Pequeno Restaurante. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social - RIGS**, v. 3, p. 207-222, 2014.

LOPES, L. L. S.; SILVA JÚNIOR J. J.; IPIRANGA, A. S. R.; da . Sentir e Fazer: Entremeios Estéticos nas Práticas Culinárias de Restaurantes de um Mercado Popular. In: XXXVIII ENANPAD, 2014, Rio de Janeiro. **Anais do XXXVIII ENANPAD**, 2014.

LUNARDELLI, T. **Estética do gosto**. 2012 Dissertação (Mestrado em Artes) Instituto de Artes, Universidade Estadual Paulista, 2012.

MENESES, U. T. B.; CARNEIRO, H. A História da Alimentação: balizas historiográficas. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, Nova Série, v. 5, p. 9-92, 1997.

MERLEAU-PONTY, M. (1999). Fenomenologia da percepção (2a ed.). (C. A. R. Moura, Trad.). São Paulo: Martins Fontes. 1999.

MIETTINEN, R.; SAMRA-FREDERICKS, D.; YANOW, D. Re-turn to practice: an introductory essay. **Organization Studies**, v. 30, n. 12, p. 1309-1327, 2009.

NEYLAND, D. (Ed.) **Organizational Ethnography**. Lodon: SAGE Publications, 2008.

NICOLINI, D. **Practice Theory, Work, & Organization**: an introduction. Oxford: Oxford University Press. 2013.

NICOLINI, D. Zooming in and zooming out: a package of method and theory to study work practice. 2009. In: YBEMA, S.; YANOW, D.; WELS, H.; KAMSTEEG, F. (Ed.). **Organizational ethnography**: Studying the complexity of everyday life. Lodon: SAGE Publications, 2009. pp.

120-138.

NICOLINI, D.; GHERARDI, S.; YANOW, D. **Knowing in organizations: a practice-based approach**. New York: M. E. Sharpe, 2003.

OLIVEIRA, L. Y. M. de. **A arquitetura dos processos de aprendizagem à luz da teoria da estética organizacional**. 2012. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.

ORLIKOWSKI, W. J. Using technologies and constituting structures: a practice lens for studying technology in organizations. **Organization Science**, v. 11, n. 4, p. 404-428. 2000.

ORLIKOWSKI, W. J. Knowing in practice: enacting a collective capability in distributed organizing. **Organization Science**, v. 13, n. 3, p. 249-273, 2002.

PECCINI, Rosana. A Gastronomia e o Turismo. **Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 2, p. 206-217, 2013.

PINK, S. **Doing sensory ethnography**. London: Sage Publications, 2009.

POSSAMAI, A. M. de P. As festas comunitárias como fator de preservação da cultura local: religião, gastronomia e turismo. In: POSSAMAI, A. M. DE P.; PECCENI, R. (org.) “**Turismo, história e gastronomia: uma viagem pelos sabores**” Caxias do Sul: Educ, 2011. p. 31 – 44.

RECKWITZ, A. Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing. **European Journal of Social Theory**, v.5, n. 2, pp. 243-263, 2002.

REED, M. Teorização Organizacional: um campo historicamente contestado. In: CLEGG, Stewart; HARDY, Cynthia; NORD, Walter (Orgs.) **Handbook de Estudos Organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2007. v.1. cap 1, p.61-97.

RINK, John. Manipulando o tempo: ritmo, métrica e andamento nas Fantasia Op. 116 de Brahms. **Em Pauta**, v. 20, n. 34/35, 2012. p. 245-282.

RODRIGUES, R. A arte para além da Estética: arte contemporânea e o discurso dos artistas. **Artefilosofia**, 5, 2008. p. 119-131.

ROSA, M. V. F. P. C.; ARNOLDI, M. A. G. C. A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismo para validação de resultados. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

SCARPATO, R. Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies. In A.-M. Hjalager & G. Richards (Eds.), **Tourism and gastronomy**. London: Routledge. 2002. p. 51-70.

SCHATZKI, T. R.. **Introduction: practice theory**. In T. R. Schatzki, K. Knorr Cetina, & E. V. Savigny (eds). **The Practice Turn in Contemporary Theory**. New York: Routledge, 2001.

SCHÜTER, R.G. Gastronomia e turismo. São Paulo: Aleph. 2003

SOARES, L. C.; BISPO, M. de S. Contribuições da estética organizacional para a pesquisa em organizações gastronômicas. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 8, p. 476-493, 2014.

STRATI, A. Aesthetics understanding of organizational life. **Academy of Management Review**, v. 17, n. 3, p. 568-581, 1992.

STRATI, A. The aesthetic approach in organization studies. 2000. In: LINSTED, S.; HÖPFL, H. (Ed.). **The aesthetics of organization**. London: SAGE Publications, 2000. pp. 13-34.

STRATI, A.; MONToux, P. G. de. Introduction: Organizing aesthetics. **Human Relations**, v. 55, n. 7, p. 755-766, 2002.

STRATI, A. Organizational artifacts and the aesthetic approach. In: RAFAELI, A.; PRATT, M.

(Ed.). **Artifacts and Organizations**: Beyond mere symbolism. ahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2006. p. 23-40.

STRATI, A. **Organização e Estética**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007a. 320 p.

STRATI, A. Sensible knowledge and practice-based learning. **Management Learning**, v. 38, n. 1, p. 61-77, 2007b.

STRATI, A. Aesthetics understanding of work and organizational life: Approaches and research developments. **Sociology Compass**, v. 10, n. 4, p. 880-893, oct. 2010.

STRATI, A. “Você faz coisas belas?”: estética e arte em métodos qualitativos de estudos organizacionais. In: GHERARDI, S.; STRATI, A. **Administração e aprendizagem na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

TAYLOR, S. S.; HANSEN, H. Finding form: Looking at the field of organizational aesthetics. **Journal of Management Studies**, v. 42, n. 6, pp. 1211-1231, 2005.

TAYLOR, S. S.; BATHURST, R.; LADKIN, D.; MEISIEK, S.; WOOD, M. Welcome to Organizational Aesthetics. **Organizational Aesthetics**, v.1, n. 1, pp.1-4. 2012

TONINI, H. Enoturismo: contemplado vinhos, degustando paisagens In: POSSAMAI, A. M. DE P.; PECCENI, R. (org.) **“Turismo, história e gastronomia: uma viagem pelos sabores”** Caxias do Sul: Educs, 2011. p. 127 – 138.

TURETA, C. **Práticas Organizativas em Escolas de Samba**: o Setor de Harmonia na Produção do Desfile do Vai-Vai. 2011. Tese (doutorado em administração). Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Fundação Getúlio Vargas. 2011.

VIEIRA, Domingo. Grande diccionario portuguez ou Thesouro da lingua portuguesa. 1878.

WHITTINGTON, R. Strategy as practice. **Long Range Planning**, v. 29, n. 5, p. 731-735, 1996.

WENGER, E. Communities of practice and social learning systems. **Organization**, v. 7, n. 2, p. 225-246, 2000.

WOOD, T.; CSILLAG, P. Estética Organizacional. **Organização & Sociedade**, v. 8, n. 21, p. 35-44, 2001.

YAKHLEF, A. The corporeality of practice-based learning. **Organization Studies**, v. 31, n. 4, p. 409-430, 2010.

YBEMA, S.; YANOW, D.; WELS, H.; KAMSTEEG, F. Studying everyday organizational life. 2009. In: YBEMA, S.; YANOW, D.; WELS, H.; KAMSTEEG, F. (Ed.). **Organizational ethnography: Studying the complexity of everyday life**. London: SAGE Publications, 2009. pp. 120-138.

APENDICE A – Solicitação de pesquisa**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Prezado (a) Senhor (a),

O objetivo desta pesquisa é analisar a aprendizagem do gosto gastronômico em João Pessoa dos turistas e dos moradores locais à luz das práticas sociais e da estética organizacional, é parte da pesquisa de dissertação (mestrado acadêmico) de **Lídia Cunha Soares**, sob orientação do Prof. Dr. Marcelo de Souza Bispo - Universidade Federal da Paraíba.

No desenvolvimento da pesquisa em empresas, respeitamos os seguintes pontos:

- A organização reserva-se o direito de autorizar ou não a divulgação de seu nome no estudo realizado;
- Os dados coletados junto à organização, funcionários e clientes recebem tratamento sigiloso;
- Os resultados obtidos têm seu uso restrito à atividade acadêmica.
- A organização pode desistir a qualquer momento da sua participação.
- Caso exista interesse, a organização receberá um relatório com a síntese dos resultados obtidos.

O estudo terá duração de seis meses com visitas em dias alternados, os dados serão coletados a partir da observação da cozinha do restaurante, conversas informais, imagens e entrevista que podem ou não ocorrer durante o horário de trabalho, conforme conveniência da organização e dos funcionários.

Agradecemos a disponibilização da sua empresa neste estudo.

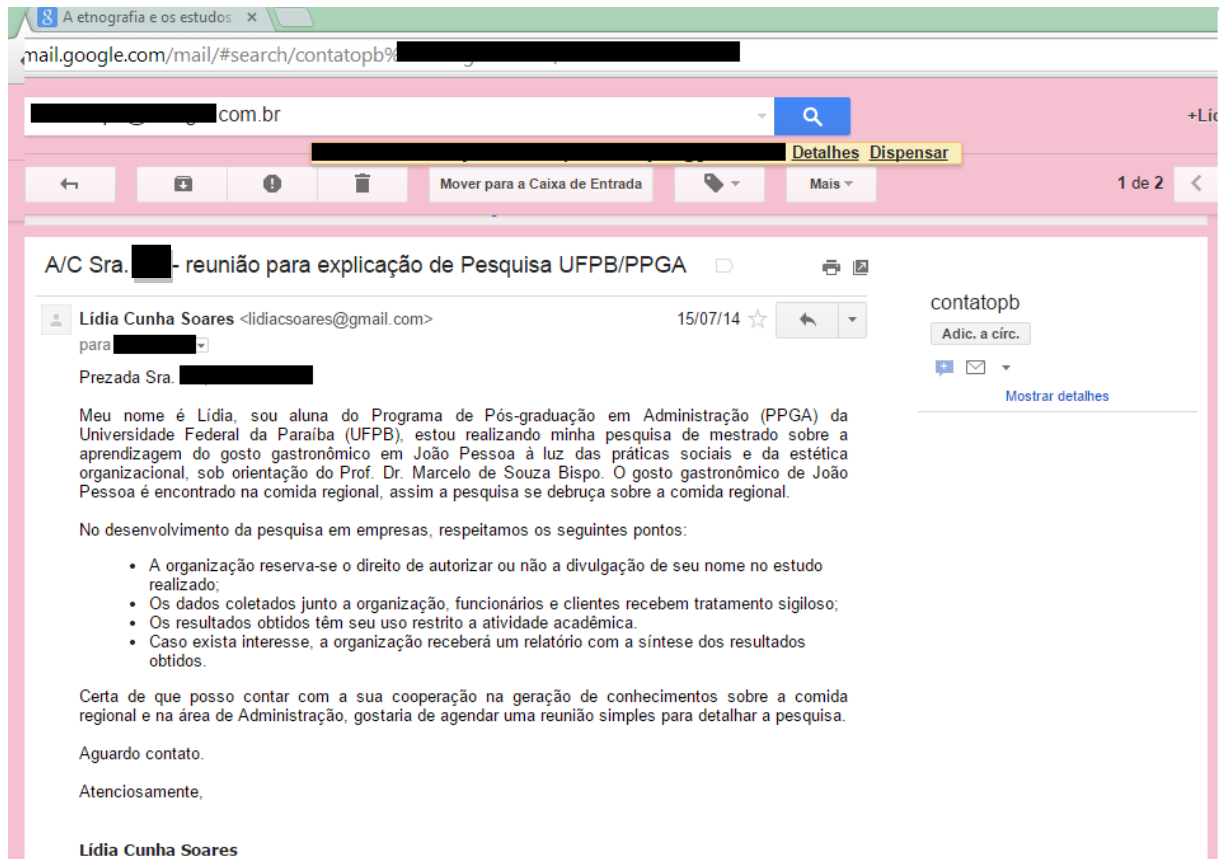
Eu, **Ibrahim de Andrade Laureano**, sócio administrador do **Restaurante Picui Praia Bessa**, declaro ter sido informado e concordo com a participação do Picui Praia nesta pesquisa. Autorizo ainda, que na divulgação dos resultados seja mencionado o seu nome do restaurante.

João Pessoa, ____ de _____ de 2014.

Assinatura do participante

Assinatura do Pesquisadora

APENDICE B – Solicitação de reunião – e-mail



APENDICE C – Solicitação de reunião - Carta

SOLICITAÇÃO DE REUNIÃO

Prezado (a),

Venho por meio desta, apresentar a aluna Lídia Cunha Soares mestranda do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba que está sob minha orientação, Prof. Dr. Marcelo de Souza Bispo.

A realização da pesquisa de campo tem como objetivo aproximar à academia e os alunos da realidade das organizações, lhe oferecer uma integração de diferentes referenciais e desenvolver uma postura mais voltada à realidade prática.

O objetivo da pesquisa é analisar a aprendizagem do gosto gastronômico em João Pessoa dos turistas e dos moradores locais à luz das práticas sociais e da estética organizacional.

No desenvolvimento da pesquisa em empresas, respeitamos os seguintes pontos:

- A organização reserva-se o direito de autorizar ou não a divulgação de seu nome no estudo realizado;
- Os dados coletados junto a organização, funcionários e clientes recebem tratamento sigiloso;
- Os resultados obtidos têm seu uso restrito a atividade acadêmica.
- Caso exista interesse, a organização receberá um relatório com a síntese dos resultados obtidos.

Certos de que podemos contar com a sua contribuição e cooperação na geração de conhecimentos na área de estudos organizacionais, gostaríamos de agendar uma reunião para que a aluna possa detalhar a pesquisa.

Marcelo de Souza Bispo

Programa de Pós-graduação em Administração - PPGA

Universidade Federal da Paraíba

marcelodesouzabispo@gmail.com

APENDICE D – Resumo do projeto para empresa

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

LÍDIA CUNHA SOARES
MARCELO DE SOUZA BISPO, Dr. (ORIENTADOR)

O PROCESSO DE APRENDIZAGEM DO GOSTO GASTRONOMICO EM JOÃO
PESSOA/PB À LUZ DAS PRÁTICAS SOCIAIS E DA ESTÉTICA
ORGANIZACIONAL

RESUMO DO PROJETO

João Pessoa/PB
2014

SUMÁRIO

1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA E PROBLEMÁTICA.....	154
2. OBJETIVOS.....	156
2.1 Objetivo Geral	156
2.2 Objetivos específicos.....	156
3. JUSTIFICATIVA DO ESTUDO.....	156
4. METODOLOGIA.....	157
REFERENCIAS	158

1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA E PROBLEMÁTICA

O turismo no Brasil vive um momento ímpar em que são vistas máximas históricas em geração de receita para a atividade. Em 2013, o setor contribuiu com 9,2% do PIB no país, o que equivale a R\$ 443,7 bilhões de reais (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014). É preciso ressaltar que o turismo envolve infraestrutura, serviços, aspectos ambientais e atrativos de diversas ordens, razões determinantes para o surgimento e a sustentação de um destino turístico (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013).

Ao deslocar-se para apreciar o turismo de lazer, ou mesmo no turismo de negócios, uma atividade é peculiar a todo viajante, a alimentação. Quando um turista adentra uma região aprecia também a comida daquele lugar, experimenta comidas desde o café da manhã até a hora do jantar. Nesse sentido, a comida regional é preferencialmente escolhida por representar também uma forma de experienciar da cultura do local.

O turismo é uma atividade fomentadora da gastronomia (BARCZSZ, AMARAL, 2010; CASTRO, SANTOS, 2012). O turismo impulsiona a gastronomia porque a gastronomia é considerada um campo do turismo cultural, já que a gastronomia possui utensílios e ingredientes únicos do lugar e o “jeito” de fazer que corresponde há uma prática. De modo semelhante, a gastronomia também pode impulsionar o turismo (KIVELA, CROTTS, 2009). A gastronomia impulsiona o turismo quando um viajante se desloca apenas para apreciar uma comida, experimentar uma bebida, visitar um restaurante famoso, conhecer a cultura alimentar de uma região ou mesmo fazer um curso oferecido apenas em uma determinada região.

A gastronomia também é apreciada pelos residentes de uma localidade (SCHÜTER, 2003). Os moradores saem de suas residências para apreciar a gastronomia local nos restaurantes regionais, já que esta comida faz parte da construção social e histórica do local, o que exerce influência sobre o gosto do morador.

A forma como a gastronomia regional é desenvolvida, envolve um processo de aprendizagem único, histórico e contextual. É um jeito de fazer próprio, prático, um campo a ser explorado por cientistas sociais, em especial os administradores e estudiosos organizacionais como um fazer prático. Em outras palavras, assume-se neste trabalho que a gastronomia pode ser melhor compreendida pelas lentes das práticas sociais, da aprendizagem social e da estética organizacional. De acordo com Bispo (2012), práticas são as formas de "fazer" de uma sociedade, relaciona-se com a construção e reprodução social, com os processos de aprendizagem e de geração de conhecimento no contexto de um grupo. Ou seja,

as práticas são ações coletivas onde o "conhecer" e o "fazer" andam juntos.

Por outro lado, a estética organizacional é expressa pela percepção dos cinco sentidos audição, visão, tato, olfato, paladar, e pela capacidade que possuímos de fazer o juízo estético sobre o que experimentamos. Esse julgamento é expresso por meio do que fazemos ao entrar em contato com um mundo por meio do corpo, quando percebemos as coisas pelo nosso corpo podemos julgar se o que sentimos é "bom", "ruim", "apropriado", se o que foi visto é "feio", "bonito", se nos envolve ou nos deixa indiferentes.

A estética organizacional é um elemento saliente em qualquer organização, mas em uma organização gastronômica esses aspectos são potencializados, pois o próprio trabalho do chefe de cozinha e da sua equipe lança mão do cheirar, do ver, do ouvir, do sentir e do degustar. São estes elementos, presentes no ambiente de trabalho, que proporcionam o aprimoramento mudando e reproduzindo o que aqui irá se chamar teoricamente como "gosto".

O gosto é construído por meio da aprendizagem que é aqui compreendida como um processo, como uma prática sociomaterial, onde aprender e conhecer ocorrem na ação e no fazer cotidiano e não apenas na mente das pessoas. O conhecimento acontece na ação, ou seja, na prática. E é esse conhecimento na prática que propicia a aprendizagem do gosto, pois permite o conhecimento por meio das faculdades perceptivas. Essa aprendizagem ocorre em uma atividade coletiva e situada, ou seja, a formação do gosto ocorre dentro de uma prática (NICOLINI, GHERARDI, YANOW, 2003; GHERARDI, 2013).

Os elementos estéticos, de aprendizagem social e de conhecimento, ditos como práticos, são imbricados, por isso estudá-los em conjunto é essencial. A sua investigação por meio das práticas permite um olhar do cotidiano da organização, neste caso do restaurante, um olhar sensível e revelador, um olhar do “como acontece na ação”, capaz de seguir o ator social no ambiente em que a ação se apresenta possibilitando identificar a prática do gosto gastronômico de João Pessoa. Acessar esse olhar é possível, do ponto de vista metodológico, por meio da etnografia.

Deste modo, neste projeto, a aprendizagem social, o conhecimento como prática, a estética organizacional e formação do gosto podem contribuir com o estudo do turismo e da gastronomia que são atividades complexas e estão envolvidas em práticas construídas e reproduzidas socialmente. João Pessoa apresenta potencial para o desenvolvimento do turismo gastronômico, pois a comida típica feita na cidade apresenta uma singularidade em relação as demais. Dado que, mesmo não havendo um prato específico que destaque João Pessoa como atrativo gastronômico, a cidade é conhecida pela culinária nordestina, como também pela comida do litoral e do sertão. Assim, a questão norteadora desse estudo é: **como**

ocorre o processo de aprendizagem do gosto gastronômico em João Pessoa por parte dos turistas e dos moradores locais à luz das práticas sociais e da estética organizacional?

Para tanto, o tópico seguinte apresenta os objetivos desenvolvidos para responder a este problema.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Analisar o processo de aprendizagem do gosto gastronômico em João Pessoa dos turistas e dos moradores locais à luz das práticas sociais e da estética organizacional.

2.2 Objetivos específicos

- Mapear as práticas sociais utilizadas na aprendizagem do gosto gastronômico em João Pessoa por parte dos turistas e dos moradores locais;
- Descrever o processo de aprendizagem, geração e transmissão de conhecimento do gosto gastronômico em João Pessoa;
- Analisar se há influência no gosto gastronômico e no modo de preparo dos pratos típicos da região em função da interação entre turistas e moradores locais.

3. JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

A importância da pesquisa pode ser observada no que se refere às questões econômicas, pois na pesquisa anual de desenvolvimento do turismo na região metropolitana de João Pessoa (IFEP, 2014), realizada com os turistas que estavam na região no período entre 25/12/2013 a 15/01/2014, demonstra que entre os turistas que participaram da pesquisa, 56,48% estavam realizando turismo de lazer, a maioria (41,21%) obteve o maior gasto com alimentação, mesmo ficando hospedada na casa de parentes e amigos (46,08%). Além disso, 77,08% costumavam fazer as refeições em bares e restaurantes. A satisfação com a gastronomia é percebida como ótima por 53,01% dos turistas e como boa por 40,33.

Ainda segundo a pesquisa, dos turistas pesquisados, 97,67% manifestou o desejo de voltar à João Pessoa, 68,27% afirmaram que a cidade responde às suas expectativas e 27,57% afirmaram que a cidade superou as suas expectativas. Ademais, 95,85% indicariam a cidade para outras pessoas por considerarem João Pessoa como um destino capaz de promover aos visitantes elevados níveis de satisfação e bem-estar. Um aspecto interessante, que reforça o argumento deste trabalho da gastronomia como um importante atrativo turístico,

é que os aspectos que os turistas mais gostaram foram às praias (56,93%), a receptividade dos moradores (18,07%) e a gastronomia (8,61%). A gastronomia ficou à frente dos pontos turísticos (3,72%) (IFEP, 2014). Em João Pessoa, percebe-se que a gastronomia é importante, que é geradora de renda, e se destaca na atividade turística local. Mas a cidade ainda é carente em distinção gastronômica, ou seja, destacar qual ou quais são os produtos gastronômicos genuinamente paraibanos e que não sejam classificados como nordestinos em geral.

Assim, ao descobrir o gosto gastronômico de João Pessoa, esta pesquisa poderá contribuir **economicamente** permitindo uma melhoria na experiência do turista na cidade. Já que este setor pode ser explorado de maneira mais ampla, possibilitando aos *restaurateurs* (proprietários de restaurantes) a adoção de estratégias específicas para promover a gastronomia enquanto atrativo, por pelo menos três motivos. Primeiro porque a gastronomia acontece o ano inteiro, ou seja, não existe sazonalidade, diferente do que acontece, por exemplo, com o turismo de sol e mar, festas e eventos. Assim, proprietários de restaurantes poderiam explorar melhor essa atividade que não depende de nenhum evento natural ou cultural para acontecer. Nesse sentido, a gastronomia como um atrativo turístico é autossustentável.

Por conseguinte, em segundo lugar, a gastronomia é um fator de diferenciação do destino. Proprietários de restaurantes mais conscientes de uma gastronomia distinta poderiam promover João Pessoa como um destino gastronômico. Desta forma, esta pesquisa contribui para a criação e o desenvolvimento do turismo gastronômico em João Pessoa. E terceiro, porque alguns turistas afirmarem que voltariam há um destino para apreciar novamente uma gastronomia única (KIVELA, CROTTS, 2006), a gastronomia e o turismo gastronômico podem promover riqueza e aumentar o valor econômico e cultural das regiões que conseguem perceber a importância da sua herança culinária (MORALES, ROJAS, 2006).

A gastronomia única, que pode fazer com que turistas retornem aos destinos motivados por um aspecto sociocultural da herança culinária. Por fim, espera-se ainda que descobrir o gosto gastronômico de João Pessoa, possa contribuir com o patrimônio cultural da cidade, esses **benefícios sociais e históricos** se relacionam ao “jeito de fazer” (prática situada) em João Pessoa que a diferencia do gosto de outros municípios, da comida nordestina de outras cidades, pois é compreendida como um aspecto único. O que pode demonstrar como a gastronomia é um importante patrimônio cultural em João Pessoa e como alguns pratos regionais ainda preservam suas características singulares.

4.METODOLOGIA

A coleta de dados será realizada por meio de uma pesquisa etnográfica, a qual permite o aprofundamento do conhecimento acerca da organização e de suas práticas. Serão estudadas três organizações gastronômicas, respeitando os seguintes critérios: a) ser um restaurante que apresente como clientes turistas e moradores locais; e b) ser um restaurante que possua em seu cardápio comida nordestina, do litoral e do Sertão paraibano.

A coleta de dados será realizada nos meses de Julho à Outubro de 2014. A intensificação da coleta ocorrerá nas primeiras cinco semanas da pesquisa, obedecendo os turnos de preparação e de realização de atividade do restaurante, como disposto no Quadro 1.

Quadro 1 - Cronograma da coleta de dados

Meses	Dias por semana	Horas por dia
Agosto	2 dias	4 – 8**
Setembro	2 dia*	2 - 4
Outubro	1 dia*	1 - 2

*Conforme a necessidade da coleta de dados.

**De acordo com a necessidade, pode ser menos horas.

Posto isto, expõem-se os métodos da coleta de dados. Na etnografia são utilizados diversos métodos de coleta de dados, propõe-se a utilização dos seguintes: observação, conversas informais, entrevistas e imagens.

Ademais, reforça-se que durante a coleta do material empírico, a pesquisadora presará pela ética profissional, ficando submetida as normas e regulamento das organizações, sobretudo no que diz respeito à preservação de sua identidade e de sua imagem.

REFERENCIAS

BARCZSZ, D. S.; AMARAL, F. F. A. Turismo Gastronômico: a percepção do turista na 18ª festa nacional do carneiro no buraco de campo mourão estado do Paraná. **Patrimônio: Lazer & Turismo**, v.7, n.11, p.66-98, 2010.

BISPO, M. de S.; GODOY, A. S. The learning process of the use of technologies as practice: an ethnomethodological approach in travel agencies. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 6, p. 34-54, 2012.

CASTRO, F. M. M., SANTOS, J. G. M. (2012). A cultura gastronômica como atrativo turístico: relato de uma experiência de pesquisa nos Restaurantes de Aracaju/SE. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. IX(2), 155 - 174.

GHERARDI, S. **Prática? É uma Questão de Gosto! Revista Interdisciplinar de Gestão**

Social, v.2, n.1, pp 107-124, 2013.

IFEP – INSTITUTO FECOMÉRCIO DE PESQUISAS ECONOMICAS E SOCIAIS DA PARAIBA. **Pesquisa anual de desempenho do turismo na região metropolitana de João Pessoa**, 2014.

KIVELA, J.; CROTTS, J. C. Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, v. 30, n. 3, p. 354-377, 2006.

KIVELA, J. J.; CROTTS, J. C. Understanding travelers' experiences of gastronomy through etymology and narration. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, v. 33, n. 2, p. 161-192, 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Índice de competitividade do turismo nacional**: destinos indutores do desenvolvimento turístico regional, 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Economia do turismo cresce no Brasil. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html>acesso em 04 de julho de 2014.

MORALES, R.; ROJAS, V. G. Gastronomía típica margariteña como atractivo turístico del municipio Antolín del Campo. Estado Nueva Esparta. **Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural**, v. 4, n. 2, p. 255-269, 2006.

NICOLINI, D.; GHERARDI, S.; YANOW, D. **Knowing in organizations**: a practice-based approach. New York: M. E. Sharpe, 2003.

SCHÜTER, R.G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph. 2003

APENDICE E – Total de horas em campo

RESTAURANTE I						RESTAURANTE II					
Etno	Data	Dia	Entrada	Saída	Tempo	Etno	Data	Dia	Entrada	Saída	Tempo
1	09/07/14	Quarta	10:30	12:00	1:30	1	29/07/14	Terça	8:30	12:00	3:30
2	11/07/14	Sexta	8:30	10:30	2:00	2	01/08/14	Sexta	12:15	16:00	3:45
3	15/07/14	Terça	18:00	20:20	2:20	3	06/08/14	Quarta	17:50	22:30	4:40
4	25/07/14	Sexta	9:00	11:00	2:00	4	08/08/14	Sexta	12:45	13:45	1:00
5	28/07/14	Segunda	17:30	22:00	4:30	5	20/08/14	Quarta	18:30	22:45	4:15
6	31/07/14	Quinta	14:30	16:30	2:00	6	23/08/14	Sábado	19:37	23:20	3:43
7	02/08/14	Sábado	20:00	23:25	3:25	7	28/08/14	Quinta	18:45	22:20	3:35
8	04/08/14	Segunda	18:15	22:58	4:43	8	02/09/14	Terça	18:40	22:54	4:14
9	19/08/14	Terça	18:15	22:41	4:26	9	03/09/14	Quarta	17:40	22:43	5:03
10	27/08/14	Quarta	16:50	22:20	5:30	10	11/09/14	Quinta	19:30	22:12	2:42
11	31/08/14	Domingo	13:33	16:15	2:42	11	14/09/14	Domingo	12:40	15:48	3:08
12	01/09/14	Segunda	18:15	22:50	4:35	12	18/09/14	Quarta	19:30	22:18	2:48
13	07/09/14	Domingo	12:30	16:24	3:54	13	18/11/14	Terça	16:00	19:00	3:00
14	09/09/14	Terça	18:15	22:42	4:27	14	25/11/14	Terça	15:00	17:00	2:00
15	15/09/14	Segunda	18:50	23:06	4:16	15	08/01/15	Quinta	18:30	19:00	0:30
16	12/11/14	Quarta	20:00	23:00	3:00	16	14/01/15	Quarta	23:00	23:20	0:20
17	15/11/14	Sábado	19:00	20:30	1:30	17					0:00
18	10/12/14	Quarta	11:00	12:00	1:00	18					0:00
19	08/01/15	Quinta	19:30	20:00	0:30	19					0:00
20	11/01/15	Domingo	8:15	8:45	0:30	20					0:00
TOTAL					58:48:00	TOTAL					48:13:00
TOTAL DE HORAS DE OBSERVAÇÃO											107:01:00

APENDICE F -Entrevista para proprietário de Restaurante

Entrevista proprietário de restaurante	
Identificação do pesquisado	Qual seu nome? Qual sua formação? Há quanto tempo possui o restaurante?
Identificação do restaurante	Quais os dias e horários de funcionamento do restaurante? Qual número de funcionários? Qual a capacidade da casa? Qual o perfil do público que frequenta o restaurante?
Histórico	Em que ano foi inaugurado o restaurante? Funciona neste endereço desde então? Se não, qual o antigo endereço? Por que da mudança de endereço? Como surgiu a ideia de abrir o restaurante? Conte-me sobre o sistema de serviço (Buffet, A La Carte, Rodízio). Por que um restaurante de comida regional?
Comida regional e Turismo	Como foram definidas as receitas dos pratos típicos? Conte-me sobre o como foi desenvolvido o cardápio. Como é definida a apresentação dos pratos? É bonita? Qual a sua percepção sobre a decoração dos pratos? Como é o restaurante é divulgado? Como o restaurante trabalha a questão do turismo? Você considera a comida de João Pessoa diferente? Por que?
Aprendizagem e Estética	Como foi definido a decoração do restaurante? Qual a sua percepção sobre a decoração? É bonita? É feia? Lhe traz alguma recordação? Que decide pela contratação de um novo cozinheiro ou auxiliar de cozinha? O que um cozinheiro ou auxiliar de cozinha precisa saber para trabalhar no restaurante? Como se sabe se um cozinheiro ou auxiliar de cozinha é competente?

APENDICE G - Termo de consentimento livre e esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado (a),

O objetivo desta pesquisa é analisar a aprendizagem do gosto gastronômico em João Pessoa à luz das práticas sociais e da estética organizacional, é parte da pesquisa de dissertação de **Lídia Cunha Soares**, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em administração da Universidade Federal da Paraíba, sob orientação do Prof. Dr. Marcelo de Souza Bispo.

As informações fornecidas serão utilizadas unicamente aos fins de pesquisa acadêmica, para publicação em relatório de pesquisa (dissertação), congresso e ou revista científica. De modo que, suas respostas não lhe causarão prejuízo.

Solicitamos, ainda, sua autorização para gravação da entrevista em mídia digital. Por ocasião da publicação dos resultados, seu nome **não** será identificado.

Esclarecemos que sua participação no estudo é voluntária e, portanto, o (a) senhor (a) poderá interromper ou desistir a qualquer momento, ou deixar de responder quaisquer questões que lhes forem feitas.

Agradecemos a sua participação neste estudo.

Eu, _____, declaro ter sido informado e concordo em participar desta pesquisa.

João Pessoa, _____ de _____ de 2014

Lídia Cunha Soares

Pesquisadora - Mestrado Acadêmico/PPGA

Universidade Federal da Paraíba

lidiacsoares@gmail.com

(83) 8819-0359 / (83) 9689-1088

ANEXO A - Termo de consentimento livre e esclarecido – RI

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado (a) Senhor (a),

O objetivo desta pesquisa é analisar a aprendizagem do gosto gastronômico em João Pessoa dos turistas e dos moradores locais à luz das práticas sociais e da estética organizacional, é parte da pesquisa de dissertação (mestrado acadêmico) de **Lídia Cunha Soares**, sob orientação do Prof. Dr. Marcelo de Souza Bispo - Universidade Federal da Paraíba.

No desenvolvimento da pesquisa em empresas, respeitamos os seguintes pontos:

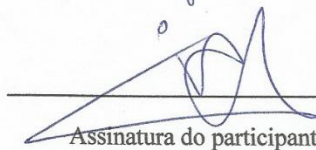
- A organização reserva-se o direito de autorizar ou não a divulgação de seu nome no estudo realizado;
- Os dados coletados junto à organização, funcionários e clientes recebem tratamento sigiloso;
- Os resultados obtidos têm seu uso restrito à atividade acadêmica.
- A organização pode desistir a qualquer momento da sua participação.
- Caso exista interesse, a organização receberá um relatório com a síntese dos resultados obtidos.

O estudo terá duração de seis meses com visitas em dias alternados, os dados serão coletados a partir da observação da cozinha do restaurante, conversas informais, imagens e entrevista que podem ou não ocorrer durante o horário de trabalho, conforme conveniência da organização e dos funcionários.

Agradecemos a disponibilização da sua empresa neste estudo.

Eu, **Ibrahim de Andrade Laureano**, sócio administrador do **Restaurante Picuí Praia Bessa**, declaro ter sido informado e concordo com a participação do Picuí Praia nesta pesquisa. Autorizo ainda, que na divulgação dos resultados seja mencionado o seu nome do restaurante.

João Pessoa, 25 de Julho de 2014.


Assinatura do participante


Assinatura da Pesquisadora

ANEXO B - Termo de consentimento livre e esclarecido – RII

AURORIZAÇÃO DE PESQUISA TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado (a) Servidor (a),

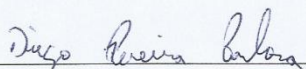
O objetivo desta pesquisa é analisar a aprendizagem do gosto gastronômico em João Pessoa dos turistas e dos moradores locais à luz das práticas sociais e da estética organizacional, é parte da pesquisa de dissertação (mestrado acadêmico) de Lídia Cunha Soares, sob orientação do Prof. Dr. Marcelo de Souza Bispo - Universidade Federal da Paraíba.

No desenvolvimento da pesquisa em empresas, respeitamos os seguintes pontos:

- A organização reserva-se o direito de autorizar ou não a divulgação de seu nome no estudo realizado;
- Os dados coletados junto à organização, funcionários e clientes recebem tratamento sigiloso;
- Os resultados obtidos têm seu uso restrito à atividade acadêmica.
- A organização pode desistir a qualquer momento da sua participação.
- Caso exista interesse, a organização receberá um relatório com a síntese dos resultados obtidos.

O estudo terá duração de quatro meses com visitas em dias alternados, os dados serão coletados a partir da observação da cozinha do restaurante, conversas informais, imagens e entrevista que podem ou não ocorrer durante o horário de trabalho, conforme conveniência da organização e dos funcionários.

Agradecemos a disponibilização da sua empresa neste estudo.



Responsável pela empresa

Lídia Cunha Soares
Pesquisadora - Mestrado Acadêmico/PPGA
Universidade Federal da Paraíba
lidiacsoares@gmail.com
(83) 8819-0359 / (83) 9689-1088

Marcelo de Souza Bispo
Professor Doutor
Programa de Pós-graduação em
Administração – PPGA
Universidade Federal da Paraíba
marcelodesouzabispo@gmail.com