

## O SURGIMENTO DA GOURMETIZAÇÃO NA GASTRONOMIA

Palavras-chave: Gourmetização; *Gourmet*; Gastronomia; Alimentos; Bebidas.

### INTRODUÇÃO

O termo francês “*gourmet*” surgiu para indicar “aquele que tem paladar apurado”. Difundiu-se por meio do livro *Filosofia do Gosto* (1825), de um dos criadores da gastronomia moderna, Jean Anthelme Brillat-Savarin. Representa algo sofisticado, de qualidade elevada, criatividade distinta (LINHARES; PORTELA; ANDREAZZA, 2017) e hoje é usado para denominar produtos como hambúrgueres (RODRIGUES JUNIOR; CASTANHA JUNIOR; FLÁVIO, 2019) e cafés (LAGES, 2016).

Do século XIX até os tempos atuais, percebeu-se a modificação no significado da palavra *gourmet*. Atualmente, o termo refere-se a qualquer produto com composição e apresentação diferenciada, versão luxuosa de um produto ou serviço tradicional (LOURENÇO, 2016). Percebe-se um preço aumentado nessas preparações, mas nem sempre são compostas por ingredientes onerosos. O valor elevado pode se relacionar ao modo como é apresentado e também com as estratégias de divulgação (PORTELA, 2017).

Atribui-se à internet o destaque dado à gourmetização a partir do ano de 2014, com as divulgações dos trabalhos e também de *mimeses* (*mimesis*, palavra grega cujo significado é imitação e foi reduzida ao termo conhecido como “meme”) com imagens de *chefs* famosos (PORTELA, 2017). O objetivo com este trabalho foi analisar a produção bibliográfica acerca do fenômeno da gourmetização na gastronomia.

### METODOLOGIA

Realizou-se revisão narrativa da literatura, cuja pergunta norteadora foi: o que motivou o surgimento da gourmetização no âmbito da gastronomia? Para a identificação dos estudos foram consultadas, em maio de 2021, as bases de dados Periódicos CAPES, Google Acadêmico e o Catálogo de Teses e Dissertações – CAPES. Para a busca, foram

utilizadas as seguintes palavras-chave: gourmetização, *gourmet*, gastronomia, alimentos e bebidas, combinadas por meio de operadores booleanos AND e OR. Os critérios de inclusão adotados foram: textos de artigos científicos publicados na língua portuguesa, disponíveis na íntegra para consulta, além de dissertações e teses. A busca identificou 308 trabalhos, sendo selecionados 8 de acordo com os critérios de inclusão/exclusão.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

A gourmetização é o processo intencional de sofisticação e exclusividade de um produto (PALMIERI JÚNIOR, 2016). Busca transformar alimentos simples em pratos sofisticados e diferenciados alcançando outros públicos (PEREIRA; MARES; ROMERO, 2018). O fenômeno é recente e foi impulsionado, dentre outros motivos, pela ascensão econômica da classe C, acarretando modificações nos seus hábitos de consumo, fazendo o mercado se adaptar às novas demandas. O maior espaço na mídia ocupado pelos programas culinários, *reality shows*, *blogs* e canais do YouTube também proporcionou o conhecimento da alta gastronomia e dos alimentos *gourmet* pela população em geral (LOURENÇO, 2016).

No entanto, a gourmetização é alvo de críticas em virtude de muitos produtos intitulados *gourmet* não possuírem de fato um diferencial (LOURENÇO, 2016). Verbena et al. (2018, p. 9) encontraram profissionais do setor da gastronomia de luxo refletindo sobre a banalização do termo *gourmet* e afirmando que a “gourmetização tem o seu lado negativo, pois se tornou um mecanismo para enganar os consumidores, que pagam mais caro por uma comida sem nenhum diferencial”. Corroborando esses achados, Lourenço (2016, p. 25) aponta que “parte do público tem certa resistência a produtos gourmetizados - afinal por que pagar a mais em algo simples que se tornou luxuoso (e caro por consequência)? ”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fenômeno da gourmetização é recente e surgiu fomentado, principalmente, pela ascensão financeira da classe C e pela midiaticização da gastronomia. Isso influenciou os

hábitos de consumo da população e despertou o interesse por produtos que anteriormente não faziam parte do cotidiano das pessoas. O movimento, entretanto, é alvo de críticas por profissionais da gastronomia que consideram o termo banalizado, e muitos produtos intitulados *gourmet* não apresentam diferenças em relação às versões tradicionais.

## REFERÊNCIAS

LAGES, Mauricio Piatti. A transformação dos hábitos de comer fora de casa à luz da gourmetização e da gastronomia: o caso dos cafés especiais. *In: VIII Encontro Nacional de Estudos do Consumo*, 2016, Niterói. **Anais** [...]. Niterói: Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, 2016.

LINHARES, Daniel; PORTELA, Nathalie; ANDREAZZA, Sophia. A gourmetização dos alimentos populares. Bauru, 2017.

LOURENÇO, Emília Uema. O Fenômeno da Gourmetização. 2016. 62 f. Projeto Final (Bacharel em Publicidade e Propaganda) – Departamento de Audiovisual e Publicidade, Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

PALMIERI JÚNIOR, Valter. “Gourmetização” da alimentação em uma sociedade desigual. **Carta Social e do Trabalho**, Campinas, n. 34, p. 33-38, jul./dez. 2016.

PEREIRA, Nikole Lopes; MARES, Hyane; ROMERO, Mariana Amorim. A Gourmetização do Pequi: da Tradição Regional aos Restaurantes mais finos. *In: SEMANA NACIONAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA*, 2018, Valparaíso. **Anais** [...]. Valparaíso: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia. Goiás, 2018, p. 5-7.

PORTELA, Nathalie. Gourmetização das bebidas alcoólicas no Brasil. Bauru, 2017.

RODRIGUES JUNIOR, Emílio; CASTANHA JUNIOR, Pedro Viana; FLÁVIO, Lilian Ferreira. A gourmetização do hambúrguer. **Revista Valore**, Volta Redonda, v. 4, n. 1, p.709-727, jan/jun. 2019.

VERBENA, Débora Oliveira; ROSARIO, Laís Kosloski; SPERS, Eduardo Eugênio, GALHANONE, Renata Fernandes. **Afinal, o que é Gastronomia de Luxo ou Gourmet? Um Estudo com Consumidores, Chefs de Cozinha e Gerentes de Restaurantes**. *In: VIII Encontro de Marketing da ANPAD – EMA*, Porto Alegre, 2018.