



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
LARISSA PEREIRA CIPOLI RIBEIRO

**A INTERRELAÇÃO ENTRE A CULINÁRIA COMO SÍMBOLO DE IDENTIDADE
NACIONAL E O PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO**

Florianópolis
2020

LARISSA PEREIRA CIPOLI RIBEIRO

**A INTERRELAÇÃO ENTRE A CULINÁRIA COMO SÍMBOLO DE IDENTIDADE
NACIONAL E O PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Relações Internacionais da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Ricardo Neumann, Dr.

Florianópolis

2020

LARISSA PEREIRA CIPOLI RIBEIRO

**A INTERRELAÇÃO ENTRE A CULINÁRIA COMO SÍMBOLO DE IDENTIDADE
NACIONAL E O PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Bacharela e aprovado em sua forma final pelo Curso de Relações Internacionais da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Florianópolis, 08 de dezembro de 2020.

Prof. Ricardo Neumann, Dr.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Dayanne Schetz, Ms.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Luciano Daudt da Rocha, Dr.
Universidade do Sul de Santa Catarina

A Deus, digno de toda honra e glória; e àqueles que acreditaram em mim e por mim quando não fui capaz, e que me impulsionaram até aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Autor e Consumador da vida, que com sua graça e o apoio de seu Santo Espírito me permitiu finalizar este trabalho, mas que também me permitiu mudar de rota em direção ao meu sonho. A vida com Ele é uma aventura que vale a pena, e sem Ele nada seria possível.

Agradeço à minha mãe, só ela sabe como foi até chegar aqui. Seu amor, cuidado e apoio, de todas as formas, foi essencial e indispensável, acredito que nunca conseguirei demonstrar quão grata eu sou. Agradeço ao meu pai, que sempre me ensinou que o mais caro está aqui (na cabeça), que me incentivou e acreditou em todas minhas fases, por mais questionáveis que elas fossem. À minha tia Cri, que demonstrou amor e zelo durante toda essa fase, do café aos livros, eu sou grata. E a toda minha família, que nunca deixou de me apoiar, orar e acreditar. Eu amo vocês.

Às amigadas. Às da medicina, em especial Laura, Malu e Mari, que acreditaram em mim, do começo ao fim, às vezes até mais do que eu mesma, e que tiveram muita paciência comigo e minhas inseguranças quando as coisas apertavam. Às antigas, Guebs e Joy, que acompanharam a entrada, a pausa, a mudança de curso e o retorno ao curso, obrigada por sempre me cobrirem. Às novas, que o retorno ao curso me proporcionou, que me acolheram de forma que jamais imaginaria. Lara, Brenda, André, Gaby, Manu e Eric, em apenas um semestre vocês conquistaram minha amizade e respeito, e fizeram parecer como se tivéssemos passados os quatro anos juntos; vocês trouxeram significado à finalização desta graduação. Obrigada pelo carinho, ajuda e paciência, vocês são incríveis e vão longe. À família C3 e da fé, que foi pega de surpresa por esta decisão, mas que não deixaram de me apoiar nem por um instante.

Agradeço à minha psicóloga, Ale, que tanto me ajuda a amar, aceitar e melhorar quem sou; que escuta tanto, e com, ora poucas, palavras, me acalma e me afirma. Hoje tenho orgulho do meu TDAH e do que ele me proporciona. Sem seu apoio, eu não teria chegado aqui.

Agradeço a todos os profissionais e docentes com quem tive a honra de conviver e aprender e contribuíram com quem eu sou hoje; em especial ao meu orientador, Ricardo, que com muita atenção me ajudou ao longo do percurso e se esforçou para traduzir minhas ideias em algo aplicável e agradável, e enriquecê-las com a literatura adequada; e ao professor Luciano, que acreditou em mim e que desde o primeiro semestre me inspira e me ensina sobre excelência através de seu exemplo e dedicação.

Agradeço a todos que direta ou indiretamente contribuíram de alguma forma para a confecção deste trabalho.

Never be afraid to trust an unknown future to a known God. (Corrie Ten Boom)

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar a correlação entre a culinária como elemento formativo da identidade de uma nação e a globalização. Para tanto, através de uma extensa pesquisa bibliográfica, buscou-se compreender a culinária ao longo da história e seu papel na formação das identidades nacionais; analisou-se as principais teorias da globalização pertinentes ao estudo; e por fim, evidenciou-se, através de exemplos concretos, da Antiguidade aos tempos modernos, a real relação entre globalização e culinária. De forma geral, este trabalho compreende que a globalização vista à luz do intercâmbio promovido pela alimentação, seja ele por necessidade ou curiosidade, não se limita às teorias centradas no capital, lucro e homogeneização. Fica evidente, que o internacional se faz necessário ao longo da história da alimentação, e que promove a constante e contínua formação das identidades nacionais.

Palavras-chave: Culinária. Identidade. Globalização.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the correlation between cuisine as a formative element of a nation's identity and globalization. In order to reach this, it was conducted an extensive bibliographic search, where we sought to understand cuisine throughout History and its role in the formation of national identities; we analyzed the main theories of globalization relevant to the study; and finally, the relation between cuisine and globalization became evident through concrete examples from Ancient History to modern times. As a result, this work understands that the globalization seen in the light of the exchange promoted by food, whether by necessity or curiosity, is not limited to theories centered on capitalism, profit and homogenization. It is evident that the international sphere is necessary throughout the history of food, and that it promotes the constant ongoing formation of national identities.

Keywords: Culinary. Identity. Globalization.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Batata hasselback- receita tradicional sueca	33
Figura 2 – Batata frita – orgulho nacional belga	34
Figura 3 – Tortilha de batata – receita tradicional espanhola.....	34
Figura 4 – Nikujaga – receita tradicional japonesa	35
Figura 5 – Punjabi Dum Aloo – comida tradicional indiana.....	36
Figura 6 – Pilé de Pommes de Terre – receita tradicional camaronesa.....	36
Figura 7 – Bush-kangaroo-stew – receita tradicional australiana.....	37
Figura 8 – Peça pelo número	42

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	CONVERSANDO SOBRE COMIDA: UM HISTÓRICO SOBRE COMO TUDO COMEÇOU E COMO CAMINHOU	13
3	TEORIAS DA GLOBALIZAÇÃO E IDENTIDADE: UM PANORAMA CONCEITUAL	18
3.1	GLOBALIZAÇÃO: CONCEITOS GERAIS	18
3.2	GLOBALIZAÇÃO: TEORIAS	21
3.2.1	O Capitalismo e a Globalização	21
3.2.2	Modernidade Mundo	23
3.2.3	Aldeia Global	26
3.3	IDENTIDADE	28
4	MISTURANDO OS INGREDIENTES.....	30
4.1	SIGA AQUELA BATATA.....	30
4.1.1	A batata pelo mundo	32
4.2	PEÇA PELO NÚMERO	38
5	CONCLUSÃO.....	44
	REFERÊNCIAS.....	46

1 INTRODUÇÃO

Das sociedades mais antigas às atuais, a alimentação constitui-se em um fator conectivo, uma necessidade essencial e básica de todo ser vivo. Segundo Mcleod (2016), a necessidade de alimentar-se está localizada na base da pirâmide de necessidades criada pelo renomado psicólogo e autor Abraham Maslow (1908-1970), sendo parte integrante das denominadas “necessidades básicas”, ao lado da respiração, água, sono, homeostase e excreção.

No entanto, o preparo dos alimentos não se limita apenas em suprir uma demanda humana. A culinária carrega toda uma carga afetiva, que remete a conagração, a aconchego, a lembranças de tempos que se foram, à “comida da vó”, “à comida da mãe”, que era preparada com os ingredientes disponíveis, em função do clima e da geografia da região e até da condição social, e por meio de técnicas e utensílios característicos; as receitas muitas vezes são transmitidas de geração em geração e replicadas na eterna busca em trazer de volta momentos que se foram e apresentar de forma concreta suas memórias aos mais jovens. (DELLA GIUSTINA, 2013)

Sophie Bessis (1995, p. 10) evidencia o estreito relacionamento entre um povo, sua geografia, sua identidade e cultura com sua culinária:

Dize-me o que comes e te direi qual deus adoras, sob qual latitude vives, de qual cultura nasceste e em qual grupo social te incluis. A leitura da cozinha é uma fabulosa viagem na consciência que as sociedades têm delas mesmas, na visão que elas têm de sua identidade. (BESSIS apud MACIEL, 2005, p. 50)

Logo, a alimentação cristaliza a identidade cultural de um povo ou região, na medida em que incorpora informações sobre a organização e a estrutura da sociedade, os ingredientes e técnicas empregados e reporta à História, às invasões sofridas, à colonização, à cultura local, ao clima, ao solo, enfim revela as memórias do povo (CORNER, 2008).

No entanto, a culinária como os fenômenos que ocorrem na sociedade não é estática, modifica-se com o decorrer do tempo e com o aparecimento de novas técnicas, utensílios e ingredientes e, de forma relevante, com o intercâmbio de costumes e tradições de outros povos. Essa mistura de elementos iniciou-se de forma lenta e localizada, em tempos distantes, em períodos de dominação como as cruzadas ou os descobrimentos, e continuou com o movimento de imigrantes que levavam em suas bagagens ingredientes e receitas de seus países de origem (MARTINS, 2009).

A partir do advento das Guerras Mundiais, especialmente a partir do final da Segunda Guerra Mundial, o fenômeno da mundialização acentuou-se e tomou novos contornos,

assumindo ares globais (IANNI, 1999). Com o passar do tempo, e em decorrência do expressivo desenvolvimento dos meios de comunicação em massa e dos recursos de eletrônica e informática, evoluiu para a universalização de ideias, padrões e valores socioculturais, que pode estar conduzindo para a formação de uma cultura de massa mundial, que se difunde pelos mais diversos povos, consolidada na noção de uma aldeia global (IANNI, 2001). O que, na área da alimentação configurou-se pela expansão de cadeias de estabelecimentos, que de forma geral, servem alimentos atualmente conhecidos como *fast food*, constituídos por itens pré-prontos ou de preparo rápido e de consumo imediato, tais como, sanduíches, hambúrgueres, pizzas, batatas fritas, refrigerantes e outros itens similares.

Ainda que ambas, em sentido amplo, tratem do preparo de alimentos, faz-se relevante, aqui, diferenciar a culinária da gastronomia: culinária, como já dito, liga-se às raízes do povo a que pertence e refere-se ao preparo rotineiro, doméstico e corriqueiro dos alimentos; enquanto a gastronomia representa a novidade ao mesclar influências de diferentes culturas, busca o refinamento no preparo das receitas e a arte envolvida, tanto na apresentação dos pratos, como no vestuário, danças e músicas que os acompanham, objetivando a surpresa e o prazer do consumidor. “Por essas razões, a gastronomia tem um foro mais alargado que a culinária, que se ocupa mais especificamente das técnicas de confecção dos alimentos” (ALMEIDA 2008, p. 73).

A partir da breve exposição e diante deste contexto de multiculturalismo surge o questionamento, ao qual o presente trabalho propõe-se em responder: de que maneira o processo de globalização impacta na culinária como elemento de afirmação e formação da identidade nacional e vice-versa?

Para responder tal questionamento, este trabalho estabeleceu como objetivo principal compreender a culinária como elemento de formação e de afirmação de identidade nacional e seu impacto sobre o processo de globalização e vice-versa. Para tanto, serão contemplados três objetivos específicos: 1) debater a culinária como formativa para a identidade de uma nação; 2) conceituar e debater as principais teorias da globalização pertinentes à presente temática; 3) compreender a relação entre a culinária como elemento de identidade nacional e a globalização.

A eleição do tema desse trabalho, deve-se ao interesse da autora por assuntos concernentes tanto à culinária e sua história, como elementos formativos da identidade dos povos, quanto à atuação da globalização como agente transformador das relações internacionais.

A importância do tema deste trabalho prende-se ao fato de avaliar, mediante a

análise à luz da evolução histórica da alimentação humana e das teorias de globalização das Relações Internacionais, a mescla de tradições culinárias, para, ao final evidenciar a relação da culinária e globalização e analisar os resultados dessas interações a longo prazo.

Face à íntima conexão afetiva e cultural da culinária com os habitantes de cada país, o tema aqui estudado e as conclusões do presente trabalho, apresentam interesse tanto ao meio acadêmico quanto à sociedade, uma vez que auxilia na compreensão e identificação das raízes de um povo e suas consequências ante à globalização sob uma perspectiva ainda pouco analisada no âmbito das Relações Internacionais, com breves incursões na História da Alimentação.

A metodologia adotada na presente pesquisa classifica-se como básica por “gerar novos conhecimentos, úteis para o avanço da Ciência, sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais” (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 34). A abordagem tem por natureza qualitativa, uma vez que por meio de coleta de dados e sua análise, busca compreender o impacto da globalização sobre os aspectos de identidade da culinária e vice-versa, atendendo à definição emitida por Uwe Flick (2007, p. 25) de que a pesquisa qualitativa “não se baseia em um conceito teórico e metodológico unificado. Diversas abordagens teóricas e seus métodos caracterizam as discussões e a prática da pesquisa.”, o mesmo autor complementa o conceito, ao anotar como inerente a esta forma de abordagem, a coleta de dados e sua interpretação dentro do plano definido para a pesquisa.

Quanto aos objetivos, classifica-se a pesquisa em explicativa por procurar “identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. Este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas.” (GIL, 2008, p. 28)

Por fim, quanto aos procedimentos entende-se que o método que atende à consecução dos objetivos do presente trabalho é a pesquisa bibliográfica para a coleta de dados, a ser realizada a partir da seleção de referenciais teóricos publicados, tais como, livros, revistas, periódicos ou disponibilizados na rede mundial de computadores. Ressalta-se, no entanto que, o método adotado não se limita à simples revisão bibliográfica, implicando em análise crítica do material coletado quanto à sua pertinência em relação à questão proposta para a pesquisa, em conformidade com Lima e Miotto (2007, p. 38), ao anotar que a pesquisa bibliográfica consiste “em um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo, e que, por isso, não pode ser aleatório.”

2 CONVERSANDO SOBRE COMIDA: UM HISTÓRICO SOBRE COMO TUDO COMEÇOU E COMO CAMINHOU

Apesar de ser um assunto muito saboroso e que pode render conversas intermináveis, aqui será tratado de forma sucinta, com uma breve retrospectiva direcionada aos aspectos da história ocidental que facilitem que os ingredientes sejam misturados e no final surja o prato pronto que se pretende servir neste trabalho.

Importante esclarecer que a expressão ocidental, prende-se à lição de Huntington (1996) no sentido de transcende a noção espacial e geográfica e representa o uso generalizado do que antes era a civilização europeia e hoje responde por euro-americana, ou até mesmo do Atlântico Norte.

Ao tratar do alvorecer da manipulação dos alimentos, Ariovaldo Franco, sociólogo brasileiro, professor da Universidade de Bruxelas e autor do livro "De Caçador a Gourmet", ensina que há cerca de 500 mil anos:

[...] ao aprender a cozinhar os alimentos, o homem surgiu uma profunda diferença entre ele e os outros animais. Cozinhando, descobriu que podia restaurar o calor natural da caça, acrescentar-lhe sabores e torná-la mais digerível. Verificou também que as temperaturas elevadas liberam sabores e odores, ao contrário do frio, que os sintetiza ou anula. (FRANCO, 2010, p. 17)

Franco (2010, p.17) aduz que “os primórdios da arte culinária estão associados à invenção dos utensílios de pedra e de barro. Graças a eles, diferentes processos de cozimento permitiram maior variedade na dieta humana.”. Referindo-se à evolução, o professor Franco (2010), afirma que há cerca de dez mil anos o ser humano, de caçador e coletor, passou a cultivar a terra, ao reservar uma parte dos grãos coletados, enterrando-os para que germinassem e se multiplicassem, com isso, os grupos passaram a fixar-se em determinado território e passaram também a domesticar os animais que antes caçavam.

Com a possibilidade de contar com alimentos de forma periódica e planejada, os agrupamentos humanos passaram a prepará-los de maneira uniforme, agradável ao paladar dos seus integrantes ou que permitia o armazenamento sem que se deteriorassem. Assim com o passar do tempo, resultado do intercâmbio entre o ser humano, o meio ambiente e os recursos desenvolvidos, entre outros, ferramentas, utensílios, fornos, cada povo criou suas técnicas e adotou seus próprios temperos e ingredientes específicos, preparando os alimentos conforme a disponibilidade dos insumos (SANTOS, 2018).

Na Antiguidade já ocorriam eventos e fatos, bem como, a troca de conhecimentos onde o foco era a culinária:

Os grandes banquetes surgiram na Idade Antiga no Egito, na Grécia e em Roma. Nesse mesmo período, no Vale do Nilo, foram criados os primeiros pães com processo de fermentação da massa. Na Grécia surgem as primeiras obras literárias destacando experiências e descobertas culinárias. **Em Roma surgiam os melhores cozinheiros**, principalmente **depois do intercâmbio cultural com os gregos** ao final da Guerra Púnica (264-241 a. C.), em que os romanos conquistaram a Sicília (SANTOS, 2018, p. 9). (grifo nosso)

Anota Garcia (1995, *apud* ABREU, 2001, p. 3) haver registros desde 1000 a.C. de um intenso intercâmbio comercial de alimentos entre gregos e romanos, incluindo plantas comestíveis, especiarias, azeites e animais domésticos, além de importação de especiarias do Extremo Oriente; GARCIA, 1995; ORNELLAS, 1978; SAVARIN, 1995 (*apud* ABREU, 2001, p. 3) relatam que com a invasão da Espanha pelos árabes em 711, ocorreu um grande aporte de plantas comestíveis para a Europa trazidas pelos invasores, tais como, arroz para o sul da Europa, além de outros alimentos vegetais, frutas, condimentos e a cana de açúcar; segundo MEDVED (1981, *apud* ABREU, 2001, p. 3) com as cruzadas, que tiveram início em 1096, milhares de peregrinos entraram em contato com o Oriente Médio, estabelecendo-se um intenso comércio.

Além de o interesse da humanidade na busca de novos ingredientes e sabores para seus alimentos remontar a Antiguidade e Idade Média, chama a atenção o intenso intercâmbio comercial de alimentos entre povos de territórios longínquos:

Em um período revolucionário de 500 a.C. a 200 d.C., muitas especiarias originárias da Europa ocidental e do leste asiático entraram no comércio de longa distância. Não muito depois, médicos chineses podiam receitar o mástique de Quios, médicos europeus podiam recomendar cravo e galanga, e uma surpreendente variedade de sabores estimulantes estava disponível para os cozinheiros em todo o Velho Mundo. Depois, no século XVI, houve um rápido intercâmbio entre o Velho e o Novo Mundo, à medida que o *chili* foi bem recebido na Hungria e na Índia, a pimenta tornou-se um condimento da moda para o chocolate no México, e o bálsamo do peru tomou o lugar deixado vago na medicina europeia pelo legendário e inacessível bálsamo de Meca (DALBY, 2010, p. 224).

No início da Idade Moderna os turcos tomaram Constantinopla e impuseram altas taxas sobre as mercadorias que a Europa comprava no Oriente. Assim, os comerciantes de especiarias, produto extremamente apreciado pelos europeus e com alto valor econômico, foram obrigados a buscar novas rotas marítimas passando pelo Oceano Atlântico, contornando a África, para chegar até o Oriente, o que deu origem à era das Grandes Navegações, entre os séculos XV e XVI (SANTOS, 2018).

Uma das consequências da busca de novas rotas para o Oriente foi a chegada dos navegadores à América do Norte em 1492 e ao Brasil em 1500, que aliada às repercussões políticas e econômicas, também causou impacto na alimentação com a introdução na Europa de novos ingredientes e diferentes formas de preparo dos alimentos:

A grande expansão marítima do início da Idade Moderna provocou um enorme intercâmbio cultural entre os europeus e aqueles com os quais mantiveram contato na Ásia, no Brasil, na América, na África. Os navegadores levavam sementes, raízes e cereais para as terras distantes e, de volta, traziam as novidades lá experimentadas. Assim, os europeus aprenderam e também ensinaram o preparo de um mesmo alimento de maneiras diferentes, o uso de novos temperos, a combinação de diversos sabores e o cultivo dos mais variados produtos. O resultado de tudo isso foi uma troca muito saudável de alimentos e de receitas (LEAL, 1998, p. 38 *apud* SANTOS, 2018, p. 26).

Alguns ingredientes oriundos das Américas e que fizeram diferença vital na história alimentar da humanidade foram introduzidos na Europa graças às Grandes Navegações:

[...] foram à Europa, trazidos da América: tomate, batata, abacaxi, abacate, amendoim, baunilha, milho, mandioca, feijão, pimentas, provocando uma revolução nas receitas da época (GARCIA, 1995). [...] a batata era usada por eles para alimentar porcos, prisioneiros e camponeses pobres (MEZOMO, 1994). O milho quando introduzido na Europa foi utilizado pelas camadas sociais de reduzidas posses [...]. O milho e a batata foram certamente as contribuições mais significantes para beneficiar as populações menos favorecidas em recursos alimentares. O cacau, a baunilha e o tomate ascenderam às esferas de maior sofisticação culinária, comparecendo à mesa dos ricos (ORNELLAS, 1978) (ABREU, 2010, p. 4).

Conforme o relato de Montanari (2013), a reação inicial da população aos novos produtos introduzidos na Europa foi de grande curiosidade, mas também de muita cautela e para que fossem finalmente inseridos no cardápio de forma definitiva foram necessários cerca de três séculos. Interessante seu relato em relação a como foi aceito o tomate, após terem sido feitas infundáveis tentativas de utilização sem sucesso, sua aceitação deveu-se à:

sua transformação em molho de acompanhamento, empregada já desde o século XVII com carnes e peixes (primeiramente na Espanha e depois na Itália), e no século XIX (na Itália) sobre a massa, sendo adaptado a uma fisionomia típica da tradição europeia: desde a Idade Média, os tratados de cozinha dedicam amplíssimo espaço à preparação dos molhos, indispensável acompanhamento de todos os pratos, sobretudo - mas não apenas - de carnes e peixes (MONTANARI, 2013, p. 179).

Com isto, Montanari (2013, p. 179) pretendeu demonstrar como as camadas mais abastadas e não premidas pela fome eram apegadas à tradição e aceitaram o tomate como um novo ingrediente “somente depois da sua redução morfológica a algo de conhecido, nesse caso um molho, que o tornava plenamente compatível com os hábitos tradicionais”. Deste modo, é marcante a alimentação como fator influenciador da distinção social.

Na Idade Contemporânea, de forma geral, a tônica que permeia a alimentação é o uso da tecnologia, para produção de insumos, com o uso de maquinários e técnicas avançadas, incluindo a engenharia genética, para a produção de cereais, verduras, legumes e criação de animais, aliada a técnicas inovadoras de conservação e processamento de alimentos.

Especificamente, no tocante à conservação dos alimentos, segundo Leal (1998, p. 50 *apud* Santos, 2018, p. 29), tudo começou com Napoleão Bonaparte, por volta de 1795, que preocupado com a boa alimentação de seu exército, instituiu um elevado prêmio para quem criasse uma técnica que conservasse os alimentos por longo tempo, o que resultou em 1810 no surgimento da conserva em vidro. Franco (2010) complementa que pouco tempo depois, para facilitar o transporte os vidros foram substituídos por latas, o que resultou em conjunto com a técnica de pasteurização, desenvolvida em 1862 a abertura dos horizontes para a indústria alimentícia.

Desde o início do século XX até os dias atuais, junto com a intensa utilização da ciência e tecnologia para aumentar a produção e melhorar a qualidade dos insumos, vegetais e animais, com os meios de transporte cada vez mais rápidos e eficientes, também surgiram novas formas de apresentar os alimentos aos consumidores, tais como: alimentos congelados, alimentos pré-cozidos ou semiprontos, liofilizados, conservas, *drive-thru*, *fast-food*, *self-service*.

Buscando explicar as profundas alterações observadas no âmbito da alimentação nas últimas quatro décadas os antropólogos espanhóis Jesús Contreras e Mabel Gracia correlacionam as transformações da cultura alimentar dos habitantes urbanos com as alterações que ocorreram na sociedade, tais como, o ritmo frenético que caracteriza o atendimento à rotina diária; o processo de rápida industrialização e urbanização; a mudança da estrutura econômica; as transformações no mercado de trabalho; a maior incorporação feminina no trabalho remunerado fora de casa, promovendo redefinições na esfera doméstica, especialmente, nas áreas urbanas, com menos tempo destinado à preparação dos alimentos e demais serviços rotineiros da casa; novo valor outorgado ao tempo de trabalho e de lazer geraram expressões alimentares particulares e concluem: “Assim, a alimentação, ao mesmo tempo que tem se diversificado em períodos mais ou menos recentes, também se tem homogeneizado, internacionalizando-se em diferentes aspectos.” (CONTRERAS; GRACIA, 2011, p. 144).

Contreras; Gracia, (2011, p. 413) comentam que a alimentação comum a partir dos anos 1950 homogeneizou-se progressivamente, passando de ecossistemas muito diversificados a outros ultra especializados e integrados em vastos sistemas de produção agroalimentar em escala internacional aumentou consideravelmente a produção mundial de alimentos ao mesmo tempo que desapareceram numerosas variedades vegetais e animais que constituíram a base de

dietas de âmbito relativamente local; como exemplo registram que no decorrer da história humana foram registradas cerca de 7.500 espécies de maçãs, e que no início do século XXI, existiam apenas cerca de trinta, das quais dez representavam 90% das maçãs consumidas no mundo.

A partir de meados do século XX com os avanços na indústria e para atender as modificações na sociedade que redundaram em aumento da velocidade do ritmo da vida diária, aumento exponencial do trabalho feminino fora de casa, intensa urbanização, a alimentação humana inaugura um novo momento caracterizado pela homogeneização, entendida como uma uniformização dos alimentos, denominados genericamente de *fast food*, consumidos em distintos pontos do globo, constituindo-se na expressão de um fenômeno amplo denominado como “*McDonaldização*” (Franco, 2010).

Explica o professor Franco (2010) que o termo *McDonaldização*, foi plasmado pelo estudioso norte americano George Ritzer, como sendo um conceito que toma como paradigma o processo de maximização da produtividade e padronização desenvolvido pela rede de *fast food* McDonald's e extrapola-o para os mais variados setores da atividade humana.

3 TEORIAS DA GLOBALIZAÇÃO E IDENTIDADE: UM PANORAMA CONCEITUAL

Com o fim da Guerra Fria (1945-1991), a conflituosa bipolarização de ideais capitalistas e comunistas caiu por terra e abriu espaço para um cenário de incerteza, passível às mais diversas interpretações. Para uns, deu-se início à era do capitalismo e à globalização de seus princípios, consequências de uma liberdade privada por décadas; outros, por sua vez, creem no declínio e extinção do “novo” sistema uno estabelecido.

Assim, com vias de melhor compreender a globalização que se deu a partir desse momento histórico faz-se necessário uma profunda pesquisa para a construção de um sólido suporte teórico e científico apto a embasar a discussão. A seguir serão descritos conceitos e interpretações acerca do tema proposto, oferecendo, assim, escopo necessário às análises que serão tecidas no decorrer do presente trabalho.

Por outro lado, de forma a completar a base teórica para a discussão que se pretende desenvolver no presente estudo também serão trabalhados os conceitos inerentes à identidade nacional, especialmente, focalizando o lugar e o papel da comida e da culinária entre seus elementos formadores.

3.1 GLOBALIZAÇÃO: CONCEITOS GERAIS

A definição que apresenta o entendimento popular do termo, obtida no Dicionário Aurélio *online*, informa que globalização é o

processo típico da segunda metade do séc. XX, que conduz à crescente integração das economias e das sociedades dos vários países, especialmente, no que toca à produção de mercadorias e serviços, aos mercados financeiros, e à difusão de informações.

Já para Albert Bergesen (1982, apud IANNI, 2013, p. 248) globalização “diz respeito a todos os processos por meio dos quais os povos do mundo são incorporados em uma única sociedade mundial, a sociedade global.” Frisa-se aqui o caráter dinâmico da globalização ao denominá-la processo, e não ocorrência concreta e irremediável.

David Held e Anthony McGrew (2001, p. 13), ao apresentarem o que chamam de conceito básico de globalização, anotam que:

a globalização denota a escala crescente, a magnitude progressiva, a aceleração e o aprofundamento do impacto dos fluxos e padrões inter-regionais de interação social. Refere-se a uma mudança ou transformação na escala da organização social que liga comunidades distantes e amplia o alcance das relações de poder nas grandes regiões e continentes do mundo.

No entanto, junto com o conceito apresentado, alertam que a globalização não deve

ser vista apenas como o prenúncio de uma sociedade mundial harmoniosa, ou de um processo de integração global e convergente entre as culturas e as civilizações, posto que, o crescente intercâmbio, além de gerar conflitos e animosidades, pode também alimentar comportamentos reacionários e xenófobos. Além de, não ser uniformemente experimentada em todo o globo, uma vez que significativa parcela da população mundial não é diretamente afetada pela globalização, ou fica basicamente excluída de seus benefícios, o que a torna um processo profundamente desagregador, desigual e amplamente contestado. (HELD; MCGREW, 2001)

No mesmo sentido, o professor e sociólogo brasileiro, Octavio Ianni (2001; 2013), ressalta que a globalização é um processo que se desenvolve de modo problemático, em que se multiplicam desencontros de todos os tipos, em âmbitos nacional e mundial, constituindo-se num universo em permanente ebulição, repleto de diversidades, tensões, conflitos, desigualdades, que ao mesmo tempo diz respeito à integração e homogeneização, diz também à diferenciação e fragmentação.

A inovação em relação aos ensinamentos de outros estudiosos é apresentada pelo professor português Boaventura de Souza Santos (2006, p. 437- 438) ao asseverar que:

[...] aquilo que habitualmente designamos por globalização são, de fato, conjuntos diferenciados de relações sociais; diferentes conjuntos de relações sociais dão origem a diferentes fenômenos de globalização. Nestes termos, não existe estritamente uma entidade única chamada globalização; existem, em vez disso, globalizações. Em rigor, este termo só deveria ser usado no plural. Enquanto feixes de relações sociais, as globalizações envolvem conflitos e, por isso, vencedores e vencidos

Ao concluir o raciocínio, Santos (2006, p. 438) emite sua definição de globalização como sendo “o processo pelo qual determinada condição ou entidade local estende sua influência a todo o globo e, ao fazê-lo, desenvolve a capacidade de designar como local outra condição social ou entidade rival”.

Dos processos de globalização definidos por Santos (2006), dois denominados por ele como “localismo globalizado” e “globalismo localizado” aplicam-se muito bem ao presente trabalho e serão vistos a seguir com mais detalhes.

Segundo o autor, o localismo globalizado é o processo pelo qual ocorre com sucesso a globalização de entidade, fenômeno, conceito, ou condição local, como por exemplo, a transformação da língua inglesa em *língua franca*¹ ou a globalização do *fast food*. Explica ainda que, nesse processo o vencedor de uma luta de apropriação ou valorização de recursos, pelo

¹ Língua de que se servem os falantes de uma comunidade multilíngue para poderem comunicar entre si. Disponível em: <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/?action=terminology&act=view&id=2041>, acesso em 03 jul. 2017.

reconhecimento hegemônico de uma dada diferença, cultural, racial, regional, entre outras, ou ainda, pela imposição de uma determinada ordem ou desordem internacional, é o que se globaliza e obtém com a vitória a capacidade de determinar os termos da integração, da competição, negociação, da inclusão e exclusão.

Por outro lado, esclarece que o processo de globalização que denomina de globalismo localizado consiste no impacto específico gerado nas condições locais pelas imposições transnacionais e práticas provenientes do localismo globalizado. Afirma, ainda, que para atender a esses imperativos transnacionais as condições locais são desintegradas, excluídas, desestruturadas e, às vezes, reestruturadas sob a forma e inclusão subalterna; e inclui como ações decorrentes das injunções dos globalismos localizados, entre outras: a eliminação do comércio tradicional e da agricultura de subsistência como parte do “ajustamento estrutural”, a criação de enclaves de comércio livre ou zonas francas, o uso pela indústria global do turismo de tesouros históricos, lugares ou cerimônias religiosas, artesanato e “reservas naturais” e o desemprego provocado pela transferência de empresas para outros locais (SANTOS, 2006).

Por fim, conclui apresentando a forma como os dois padrões de globalização acima identificados atuam:

Esses dois processos de globalização operam em conjunção, e constituem o primeiro modo de produção da globalização, a globalização hegemônica, também denominada neoliberal, globalização de cima para baixo, em suma, a versão mais recente do capitalismo e imperialismo globais. A produção sustentada de localismos globalizados e globalismos localizados determina ou condiciona de forma crescente as diferentes hierarquias que constituem o mundo capitalista global, convergindo numa divisão cada vez mais tenaz entre o Norte Global e o Sul Global. A divisão internacional da produção da globalização assume o seguinte padrão: os países centrais especializam-se em localismos globalizados, enquanto aos países periféricos cabe tão só a escolha entre várias alternativas de globalismos localizados. O sistema-mundo é uma trama de globalismos localizados e localismos globalizados e da resistência que eles suscitam. (SANTOS 2006, p. 438)

A análise das concepções de globalização emitidas pelos diversos teóricos, mantido o respeito às análises de cada um, aponta evidentes pontos de convergência e divergência. Enquanto Held e McGrew atestam que, com o surgimento da globalização, a comunicação e intercâmbio entre Estados e suas culturas não de se intensificar, alterando a noção de tempo espaço geográfico; Ianni e Santos contribuem com a discussão ao criticarem tal processo plural, uma vez que, segundo estes autores, condiciona um *status* de dominador e dominado entre o Estado detentor da globalização e o recipiente; além disso, o universalismo imposto gera desigualdades, conflitos e perda da cultura local.

Entretanto há presença de elementos comuns entre os pensamentos dos estudiosos acima citados, como a inegável prevalência do globalizado sobre o local; o possível caráter conflituoso, desigual e desagregador do processo de globalização, bem como as modificações

culturais, sociais, econômicas, estruturais, entre outras, impostas pelos transnacionais aos locais.

3.2 GLOBALIZAÇÃO: TEORIAS

Adotando-se como critério a pertinência com o tema a ser desenvolvido no presente estudo, foram eleitas algumas perspectivas e teorias da globalização desenvolvidas por estudiosos da matéria, que serão apresentadas a seguir e consolidadas de modo a formar um substrato teórico sólido e adequado ao desenvolvimento do presente estudo.

3.2.1 O Capitalismo e a Globalização

Ainda que o capitalismo permeie todo o processo e constitua-se em pano de fundo para grande parte das teorias de globalização, por sua importância para o processo considera-se crucial que seja tratado de forma destacada para melhor compreensão da dimensão de sua influência na expansão do fenômeno da globalização.

A relevância do capitalismo no processo de expansão e quebra de fronteiras entre as mais diferentes e remotas partes do globo é destacada por Ianni, ao afirmar que:

Desde o princípio o capitalismo revela-se como um modo de produção internacional. Um processo de amplas proporções que, ultrapassando fronteiras geográficas, históricas, culturais e sociais, influencia feudos e cidades, nações e nacionalidades, culturas e civilizações. Ao longo de sua história, desde o século XVI, teve seus centros dinâmicos e dominantes na Holanda, na Inglaterra, na França, na Alemanha, nos Estados Unidos, no Japão e em outras nações, e em qualquer caso sempre ultrapassou fronteiras de todos os tipos. Mais do que isso, sempre recobriu, deslocou, dissolveu, recriou ou inventou fronteiras. (IANNI, 2013, p. 171)

Ademais, ressalta Ianni (1999) que para compreender as dimensões históricas e teóricas do capitalismo como um processo civilizatório, isto é, como uma forma de organização que promove contínuas alterações nas condições de vida e trabalho e nos modos de ser de indivíduos e coletividades por todo o mundo, é necessário conhecer algumas de suas características essenciais.

A primeira, refere-se à expansão contínua do capitalismo através dos tempos, desde o século XV com o comércio de especiarias e outros produtos entre a Europa e o Extremo Oriente e com as grandes navegações, até os tempos atuais, e nos mais variados cantos do mundo, provocando constantes surtos de expansão. A segunda, diz respeito ao fato de que o capitalismo com a mesma dinâmica, cria e recria as formas produtivas e as relações de produção tanto nos países dominantes, quanto nas colônias e nos países dependentes e associados. E, por

fim, a terceira consiste em seu desenvolvimento intensivo e extensivo por todo o globo, como por exemplo, a expansão de redes de *fast food*, que implica em simultânea concentração e centralização do capital em escala mundial, isto é, a forma de produção capitalista envolve a reprodução ampliada do capital em escala cada vez mais ampla, concomitantemente em âmbito nacional, continental e global. (IANNI, 1999)

Na esteira desta disseminação global do capitalismo, importante trazer o pensamento do francês, considerado um dos maiores historiadores modernos, Fernand Braudel (1902-1985), que ressaltou o papel dos fatores socioeconômicos em grande escala na pesquisa e escrita da História e criador da denominada “economia-mundo”, que segundo explica Ianni (2013), lê a história sob a ótica da economia, e traz a ideia de que a história se constitui numa sucessão de sistemas econômicos mundiais, no sentido em que transcendem a localidade, a cidade ou a nação e redefinem fronteiras, criando e recriando-as.

Da forma como Braudel (*apud*, Ianni, 2013) apresenta a economia-mundo, é fácil visualizá-la, graficamente, como um sistema de círculos concêntricos: no círculo central, uma grande capital dominante, que reveza-se com outras de tempos em tempos; no círculo seguinte, as zonas intermediárias, e no último círculo, vastas regiões que, segundo explana Braudel (*apud*, Ianni, 2013, p. 32): “na divisão do trabalho que caracteriza uma economia-mundo, mais do que participantes são subordinadas e dependentes”, e complementa “nestas zonas periféricas, a vida dos homens faz lembrar frequentemente o Purgatório ou o Inferno.”

Como desdobramento da teoria da economia-mundo, o sociólogo norte-americano, Immanuel Maurice Wallerstein (1930-2019), desenvolveu o conceito de “sistema-mundo”. Ianni (2013), apresenta a dicção de Wallerstein acerca dos sistemas mundiais:

Até o momento só tem existido duas variedades de tais sistemas mundiais: impérios-mundo, nos quais existe um único sistema político sobre a maior parte da área, por mais atenuado que possa estar o seu controle efetivo; e aqueles sistemas nos quais tal sistema político único não existe sobre toda ou virtualmente toda sua extensão. Por conveniência, e à falta de melhor termo, utilizamos o termo “economia-mundo” para definir esses últimos. (Wallerstein, 1979, *apud* Ianni, 2013, p. 33)

Wallerstein, (*apud* Ianni, 2013, p. 33) apresenta a razão da longevidade do sistema-mundo:

A peculiaridade do sistema mundial moderno é que uma economia-mundo tenha sobrevivido por quinhentos anos e que ainda não tenha chegado a transformar-se em um império-mundo, peculiaridade que é o segredo da sua fortaleza. Essa peculiaridade é o aspecto político da forma de organização econômica chamada capitalismo. O capitalismo tem sido capaz de florescer precisamente porque a economia-mundo continha dentro de seus limites não um, mas múltiplos sistemas políticos.

As teorias de Braudel e Wallerstein estudam o capitalismo sob a ótica da geo-história, que envolve, entre outras, as relações sociais e culturais, os movimentos de populações, os padrões socioculturais e ideias. Ademais, destaca-se, como especialmente relevantes, a interpretação em termos geo-históricos dos contrapontos cidade-campo, centro-periferia, Ocidente-Oriente, local-global, passado-presente. (IANNI, 2013)

David Harvey (2011, p. 41), geógrafo marxista inglês, afirma que “o capital não é uma coisa, mas um processo em que o dinheiro é perpetuamente enviado em busca de mais dinheiro”, e que os capitalistas, que põem esse processo em curso, assumem aspectos variados, entre outros: capitalistas financistas que emprestam dinheiro em troca de juros, proprietários que recebem aluguéis pela permissão de uso de terras e imóveis que possuem, capitalistas comerciantes que compram produtos e vendem-nos com lucro, enxerga até o Estado como capitalista ao investir as receitas que obtém pelo recebimento de tributos em infraestrutura para estimular o crescimento e assim obter mais receitas por meio de impostos.

De meados do século XVIII em diante passou a dominar a circulação de capital derivada da produção, na qual o capitalista após selecionar a tecnologia e a forma organizacional adequadas, adquire no mercado a força de trabalho e os meios de produção necessários, tais como, matérias-primas, energia, instalações físicas e maquinários, obtendo como resultado uma mercadoria que vende no mercado com lucro. Uma porção desse ganho converte-se em capital que é reinvestido e dá seguimento ao processo buscando expandir para outros mercados. (HARVEY, 2011)

Importante ressaltar que esse modelo pode ser extrapolado para o objeto do presente estudo, pois, como pondera Harvey (2011), apesar de a área de serviços e entretenimento, pela natureza pessoal da prestação dos serviços e, pela venda imediata do produto produzido, possuir um processo de trabalho um pouco diferente da produção de mercadorias, o mecanismo de reinvestimento e expansão para outros mercados já está bem presente nesse segmento, haja vista, as redes de lojas de serviços, cinemas, *fast food*, cafés, que cada vez mais disseminam-se pelo mundo, movimentando valores elevados.

3.2.2 Modernidade Mundo

O conceito de modernidade encontra fundamento na projeção do novo sobre o clássico. Cleide Figueiredo Leitão (1997) é pontual ao caracterizar que “a modernidade se apresenta na verdade carregada de ambiguidades, ao mesmo tempo em que oferece segurança, oferece perigo, em que oferece confiança, oferece risco.” Isto porque, como Samuel Huntington (1996,

p. 81), apesar de atribuir diferentes significados aos termos “modernidade” e “modernização”, demonstra convergência no fato de que ambos instigam mudanças no sistema antes vigente, isto é, o rompimento com o tradicional.

A modernidade envolve industrialização, urbanização, níveis crescentes de alfabetização, educação, riqueza e mobilidade social e estruturas ocupacionais mais complexas e diversificadas. A modernização é um produto da tremenda expansão do conhecimento científico e de engenharia que começou no século XVIII e que habilitou os seres humanos a controlar e moldar seu meio ambiente de modos inteiramente sem precedentes. [...] O Ocidente lidera a aquisição da cultura da modernidade. À medida que outras sociedades adquirem padrões semelhantes de educação, trabalho, riqueza e estrutura de classes, [...] essa *moderna cultura ocidental* se transformará na cultura universal do mundo. (HUNTINGTON, 1997, p. 81, grifo nosso)

Anthony Giddens (1991, p. 69-70) apresenta uma noção de modernidade e globalização diretamente conectadas entre si ao atestar que “a modernidade é inerentemente globalizante” e define globalização como sendo “a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas e vice-versa.” Indica, assim uma relação de interdependência entre Estados, os quais, muitas vezes, sob a ótica de Ianni (2013, p. 220) estão sob influência do capitalismo, sendo visto esse processo como civilizatório e criando “o clima da modernidade-mundo” e a define como “padrões e valores socioculturais, alterações nas formas de sociabilidade, desenraizamento de coisas, gentes e ideias, tudo isto constituindo algo, ou muito, do estado de espírito da modernidade-mundo.”

Diante da menção de Huntington (1996) acerca do ocidente, faz-se pertinente, esclarecer que a expressão “o Ocidente” transcende a noção espacial e geográfica e representa o uso generalizado do que antes era a civilização europeia e hoje responde por euro-americana, ou até mesmo do Atlântico Norte. Assim, atesta que o termo “o Ocidente” também deu lugar ao conceito de “ocidentalização” e promoveu uma fusão de ocidentalização e modernização: é mais fácil pensar no Japão “ocidentalizando-se” do que “se euro-americanizando.” (HUNTINGTON, 1996, p. 53).

Interessante também é a observação a respeito de o Ocidente assumir a posição de semeador e fonte da cultura moderna. Analisando de maneira mais profunda, o autor anuncia a Civilização² Ocidental e apresenta uma visão de que “a disseminação dos padrões de consumo

² “A civilização [...] se refere a uma mescla complexa de níveis superiores de moralidade, religião, conhecimento, arte, filosofia, tecnologia, bem-estar material e provavelmente outras coisas mais. [...] supostamente, a modernização e o desenvolvimento moral humano produzidos por melhor educação, percepção e compreensão da sociedade humana e de seu meio ambiente natural geram um movimento continuado rumo a níveis cada vez mais

e da cultura popular ocidentais pelo mundo afora está criando uma civilização universal.” (HUNTINGTON, 1996, p. 66-67).

Discorda, da noção de que a exportação de fatores culturais ocidentais não torna civilizações não-ocidentais moderno-ocidentais e eleva o conceito de civilização muito acima de termos meramente comerciais/culturais populares, pois justifica que a “essência da civilização ocidental é a Magna Carta, não o Magno Mac”, em alusão ao documento inglês do século XII limitante do absolutismo monárquico e à muito conhecida marca norte-americana de computadores pessoais (HUNTINGTON, 1996, p. 68).

Há, portanto, muito mais no Ocidente do que apenas a difusão dos ideais do capitalismo e consumo apregoados, frisa Samuel Huntington (1996, p. 83) ao pontuar o legado clássico da filosofia grega e do Direito romano, as religiões cristianizadas, a notória noção dos direitos e liberdades individuais e da Lei como elemento essencial para a construção de uma sociedade civilizada; além disso, em observação à *língua franca*, que represente a civilização ocidental, move-se para a herança cultural e encontra no latim, seguido dos idiomas europeus e da atual língua inglesa, um escopo de multiplicidade:

O Ocidente herdou o latim, porém surgiu uma variedade de nações e com elas os idiomas nacionais, agrupados de forma ampla nas grandes categorias de línguas latinas e germânicas. [...] Na qualidade de idioma internacional comum ao Ocidente, o latim cedeu lugar ao francês, o qual, por sua vez, foi no século XX superado pelo inglês. (HUNTINGTON, 1997, p. 83)

Ainda sob o viés linguístico, Ianni (2013, p. 219) corrobora com o discurso de Huntington e atribui ao capitalismo tal fato ao afirmar que:

o inglês pode ser o idioma da globalização. A maior parte dos acontecimentos, relações, atividades e decisões expressa-se nesse idioma, ou nele se traduz. Assim se articula a eletrônica, da mesma maneira que a mídia e o mercado, grande parte da ciência, tecnologia, filosofia e arte. Na época da globalização, o inglês se universaliza, comunicativo e pragmático, expressivo e informático. Assim, a linguagem do mercado espalha-se pelo mundo acompanhando o mercado. Torna-se presente em muitos lugares, invade quase todos os círculos de relações sociais. O mesmo processo de mercantilização universal universaliza determinado modo de falar, taquigrafar, codificar, pensar. Cria-se uma espécie de língua franca universal: econômica, racional e moderna.

O célebre autor encerra sua obra com o seguinte pensamento: “De modo geral, a modernização melhorou o nível material de Civilização em todo o mundo. Mas será que ela

elevados de Civilização. [...] à medida que a civilização evolui, ela fica mais assentada e desenvolve técnicas e habilidades que a tonam mais civilizada [...] com um desabrochar de moralidade, arte, filosofia, tecnologia e competência marcial, econômica e política.” (HUNTINGTON, 1996, p. 408-409)

também melhorou as dimensões moral e cultural de Civilização?”. Sugere assim, não a homogeneização ideológica cultural civilizacional, mas sim o respeito, cooperação e compreensão mútuos. (HUNTINGTON, 1996, p. 409)

A inegável disseminação do modo de vida ocidental e sua representatividade na modernização denotam um domínio fortemente capitalista, linguístico e, sobretudo, cultural. No entanto, como ressaltado pelos autores acima citados, tal sistema mostra-se insustentável diante da aceleração da informação e ascensão de atores antes não computados no sistema internacional. Deste modo, questionamentos quanto à validade da aplicação, por parte da dita Civilização Ocidental, e adoção de uma cultura universalizada que tome lugar daquela desenvolvida por cada nação ao longo dos tempos, tornam-se crescentes e seriamente oportunos.

3.2.3 Aldeia Global

A expressão “aldeia global” foi cunhada na década de 60 do século XIX pelo filósofo canadense Herbert Marshall McLuhan (apud ORTIZ, 2006), significando a reunificação instantânea de todas as partes da civilização fragmentada num todo orgânico (MCLUHAN, 1996).

Esclarece Ianni (2013), que aldeia global é uma expressão que representa a globalidade de ideias de valores socioculturais e padrões e que pode ser entendida como “uma teoria da cultura mundial, entendida como cultura de massa, mercado de bens culturais, universo de signos e símbolos, linguagens e significados que povoam o modo pelo qual uns e outros situam-se no mundo, ou pensam, imaginam, sentem e agem” (IANNI, 2013, p. 119).

De forma genérica, a globalização advinda da aldeia global ocorre por conta do “encurtamento” de distâncias gerando pelos meios eletrônicos de informação, mas esse processo começou há muito mais tempo e Ortiz (2006) traça um interessante panorama retrocedendo à inserção do trem a vapor no sistema de transporte do século XIX, constituído, basicamente, por diligências, cavalos e navios; mais que acelerar o transporte e proporcionar o deslocamento simultâneo de multidões para muitas localidades diferentes, o trem revolucionou a concepção de tempo e espaço, trazendo a impressão de supressão das distâncias. Paralelo a isso ocorreu uma gama de transformações nas comunicações, que, apesar de rudimentares para os padrões atuais, gerou no século XIX a aproximação de povos pelo mundo afora: cabo submarino, telégrafo, telefone, agências internacionais de notícias (Havas, Reuter, Wolf).

Anota Ortiz (2006) que, evoluindo na contínua progressão da unificação dos

espaços, a mundialização se consolidou no século XX, e que após o término da Segunda Guerra Mundial sofreu saltos e redefinições. Especialmente, sob o ponto de vista da cultura, a aplicação do modo de produção industrial ao domínio da cultura, iniciou sua disseminação pelo mundo, que foi se expandindo e se consolidando no decorrer dos anos, com a evolução dos meios de comunicação até chegar aos dias atuais, com a rede mundiais de computadores que interliga instantaneamente todo o mundo (ORTIZ, 2006).

Em relação ao tema desenvolvido no presente trabalho, CONTRERAS; GRACIA, (2011, p. 414) anotam que a mundialização dos intercâmbios econômicos difundiu os alimentos disponíveis e a mundialização dos intercâmbios culturais contribuiu para a evolução das culturas alimentares e, por consequência, dos hábitos, preferências e insumos, com o desenvolvimento das confusas misturas gastronômicas. Atingindo não apenas os países industrializados, mas, praticamente, todos os países do mundo ainda que com restrições, graus e consequências diferentes.

Importante ressaltar que, apesar da evolução e da intensa transmissão de mensagens e conteúdos em tempo real por meio da internet, a inclusão digital não é uniforme, restando ainda grandes bolsões de excluídos digitais (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2016a), sob este mesmo prisma, a Organização das Nações Unidas afirma que as consequências distributivas da globalização desigual têm promovido o progresso de alguns segmentos da população, deixando as pessoas pobres e vulneráveis de lado. A globalização também está tornando aqueles deixados para fora, economicamente inseguros (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2016b, tradução nossa).

Em conformidade com os discursos acima tratados, Robert Keohane e Joseph Nye apresentam fatos interessantes ao atestar que:

na virada do milênio, mais de um quarto da população Americana utilizava a rede mundial de computadores, comparado a um centésimo de um por cento da população do sul da Ásia. A maior parte da população mundial, atualmente, não possui telefones; centenas de milhões vivem como camponeses em vilas remotas com breves conexões aos mercados globais ou ao fluxo global de ideias. De fato, globalização vem acompanhada de crescentes lacunas, em muitos aspectos, entre o rico e o pobre. Ela implica nem homogeneização nem equidade. (KEOHANE; NYE, 2000, p. 106, tradução nossa)

Ao referir-se à cultura na era da aldeia global, afirma Ianni (2013) que a indústria cultural adquiriu alcance global e a exemplo da produção de mercadorias, transformou-se em um poderoso setor de produção e gerador de lucro ou mais-valia, concluindo que “em um nível mais do que evidente, o principal tecido da aldeia global tem sido o mercado, a mercantilização universal, no sentido de que tudo tende a ser mercantilizado, produzido e consumido como

mercadoria.” (IANNI, 2013, p. 126)

Por fim, ao referir-se ao idioma no qual se dão as comunicações da aldeia global, Ianni (2013) retoma a importância da língua inglesa, atual língua franca, como facilitadora das mais distintas relações humanas, comerciais, científicas e intelectuais entre as mais diversas nações do globo.

3.3 IDENTIDADE

Como contato inaugural, transcreve-se a definição que apresenta o entendimento popular do termo, obtida no Dicionário Michaelis online: “identidade nacional é a valorização das características culturais essenciais de uma nação, profundamente ligada a uma reinterpretação do popular pelos grupos sociais e pela maioria de seus cidadãos e à própria construção do Estado.”

Por sua vez, o sociólogo britânico-jamaicano Stuart Hall (1932-1914) em seu livro “A identidade cultural na pós-modernidade”, ensina que a identidade nacional não é inerente ao local de nascimento do indivíduo, mas sim, construída por meio de ideias, discursos, crenças, história, experiências vivenciadas e modelos culturais. Neste sentido afirma: “As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre a ‘nação’, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades” (HALL, 2005, p. 51).

Trabalhando o conceito trazido por Hall (2005), de que as experiências e vivências rotineiras, fundem-se a outros elementos para forjar a identidade nacional, é razoável incluir a culinária como um relevante componente nas experiências diárias dos indivíduos, como apta a criar o sentimento de pertencimento a determinada nação.

Sidney Mintz (1922-2015), antropólogo estadunidense, após trinta e cinco anos dedicando-se à história social e da economia política, especializou-se em antropologia da alimentação, ao vislumbrar a importância desta área para a humanidade; em entrevista concedida em 2011 ao periódico quadrimestral “Horizontes Antropológicos”, publicado pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, ao responder à pergunta de Ceres Gomes Víctora: “Você me disse algumas vezes que há uma coisa muito básica relacionada à antropologia: o fato de que as pessoas comem. O que isso significa na perspectiva de uma antropologia da alimentação?”, formulou uma resposta muito esclarecedora e que demonstra de forma quase visual a importância da alimentação na identidade dos povos:

[...] o alimento nos fornece um poderoso instrumento, uma linha divisória entre os grupos. E nesse sentido é ainda mais importante do que a maneira como as pessoas arrumam seus cabelos, ou decoram seus rostos, ou se vestem. Quem você é, e mesmo o que você pensa que você é, baseia-se nessas coisas; e a comida é a substância que mais se sobrepõe e que mais carrega símbolos que temos. Nada expressa o que somos tão bem como a comida. Nada define melhor quem está no grupo e quem está fora do grupo quanto a comida. Comida, em outras palavras, é uma ferramenta para nós, porque é um produto cultural, que usamos para nos distinguir de outros. Nós comemos isso, eles não. Ou eles comem isso, nós não.

Referindo-se ao grande interesse que a alimentação e o ato de comer despertam na antropologia, Mintz (2001) complementa:

É um dos comportamentos que atrai mais rapidamente a atenção de um estranho. Como, a maneira que se come; o quê, onde, como e com que frequência se come; e como nos sentimos em relação à comida. O nosso comportamento em relação à comida está ligado à nossa identidade social, ao sentido de nós mesmos, e isso parece valer para todos os seres humanos. Reagimos aos hábitos alimentares de outras pessoas, estranhos ou não, da mesma forma que elas também reagem aos nossos hábitos alimentares. (MINTZ, 2010, p. 25)

Leciona Franco (2010), que o ser humano ao nascer necessita de um longo aprendizado, período em que se processa a formação do gosto e dos hábitos alimentares, que além das características próprias de cada indivíduo, também, recebe um amplo espectro de influências, tais como, nacionalidade, religião, grau de instrução, nível de renda, classe e origem sociais, e aduz que “o gosto é, portanto, moldado culturalmente e socialmente controlado.” Tudo isto explica, segundo o autor, porque a glorificação de alguns pratos da culinária materna, ou do país de origem, mesmo os preparos muito simples, geralmente, perduram por toda a vida do indivíduo e a sua degustação por vezes, geram fortes respostas emocionais e afetivas (FRANCO, 2010, p. 25).

Afirma que a humanidade é “mais conservadora em matéria de cozinha do que em qualquer outro campo da cultura”, e conclui que “hábitos alimentares têm raízes profundas na identidade social dos indivíduos. São, por isso, os hábitos mais persistentes no processo de aculturação dos imigrantes” (FRANCO, 2010, p. 25).

Todos os entendimentos dos estudiosos acima apresentados demonstram a relevância da culinária na identidade nacional, e atestam ser característica que, segundo Franco (2010), perdura durante a vida dos nacionais, estejam ou não domiciliados em seu país natal.

4 MISTURANDO OS INGREDIENTES

Neste capítulo serão mesclados os ingredientes dos capítulos dois e três de forma a obter o produto final, capaz de responder à pergunta à qual o presente trabalho se propõe: de que maneira o processo de globalização impacta na culinária como elemento de afirmação e formação da identidade nacional e vice-versa?

No capítulo 2 a análise histórica demonstra que, inegavelmente, a globalização impactou nas culinárias nacionais com a inserção de novos ingredientes na dieta dos países, como pontua com propriedade a professora, socióloga e antropóloga Maria Eunice Maciel:

As 'viagens dos alimentos', que existem desde os primórdios da história dos povos, tiveram a partir das grandes navegações um grande impulso. Como exemplo, podemos citar o caso de produtos alimentares próprios ao continente americano e antes desconhecidos dos europeus (tais como o milho, a batata, a abóbora, os feijões etc.), que foram introduzidos em outros continentes, levando a transformações alimentares significativas em sistemas estabelecidos. Assim, não se concebe uma cozinha mediterrânea sem tomates e pimentões, mas estes só foram incorporados depois das grandes navegações, pois sua origem é americana. (MACIEL, 2005, p. 51)

Como já apresentado no Capítulo 3, a culinária é elemento integrante da identidade nacional, assim, para o presente estudo é relevante proceder à análise do impacto da globalização na identidade nacional por meio dos novos elementos inseridos na época das grandes navegações.

E da mesma forma, também investigar se atualmente a já citada homogeneização, denominada por muitos estudiosos como “McDonaldização”, afeta a identidade nacional, no tocante ao aspecto da culinária.

A seguir serão analisados separadamente os impactos da globalização sob os dois aspectos acima anotados.

4.1 SIGA AQUELA BATATA

Foram levados da América e introduzidos na Europa, graças às Grandes Navegações: tomate, batata, abacaxi, abacate, amendoim, baunilha, milho, mandioca, feijão, pimentas, provocando uma revolução nas receitas da época (GARCIA, 1995 apud ABREU, 2010).

Todos os elementos acima citados, se tomados em particular e seguidos para observar suas trajetórias no decorrer dos tempos, teriam uma história semelhante, no entanto, neste trabalho foi eleita a batata, para fazer uma justa homenagem a este simpático tubérculo, reconhecido como alimento básico de grande parte da população mundial pela Organização das

Nações Unidas – ONU, ao instituir 2008 o ano Internacional da Batata – “Um tesouro enterrado”.

A batata, (*Solanum tuberosum L.*³), conforme consta no portal eletrônico da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA, é nativa da América do Sul, da Cordilheira dos Andes, e desde há cerca de 8.000 anos já era utilizada como alimento pelas populações nativas locais e foi levada para a Europa por volta de 1534.

Exploradores espanhóis que procuravam ouro nos Andes levaram-na para a Europa, onde, inicialmente, foi vista como planta ornamental e como planta tóxica imprópria para consumo humano (Franco, 2010), em seguida foi considerada adequada apenas para alimentar porcos, prisioneiros e camponeses pobres (CONTRERAS; GRACIA, 2011), a partir do século XVII se tornou um alimento básico na Irlanda e depois na Inglaterra e na Holanda; e apenas a partir do século XVIII, nos outros países. Na Alemanha, apesar da precocidade de sua introdução em algumas regiões, a batata só foi adotada definitivamente como alimento humano quando da grande crise agrícola do início do século XIX. (TEUTEBERG; FLANDRIN, 2020, p. 711-712)

Em relação à introdução na Ásia, conforme consta do portal eletrônico *Potatopro* (2020b), voltado à indústria de processamento de batatas, o tubérculo provavelmente chegou à costa chinesa a bordo de navios da Europa durante o século 17 e foi introduzido na China central por comerciantes russos na mesma época. Atualmente este país asiático é o maior produtor de batatas do mundo, com a maior parte da produção destinada ao consumo humano, cerca de 40 kg *per capita* por ano.

No tocante ao continente africano, conforme anota o *Potatopro* (2020a), a batata demorou para chegar à África, onde foi introduzida por volta da virada do século XX, onde passou a ser amplamente cultivada, desde fazendas comerciais irrigadas no Egito e na África do Sul até zonas montanhosas tropicais da África Central e oriental, plantada por pequenos agricultores.

O historiador italiano, especializado em História da Alimentação, Montanari (2013), relata que desde a Idade Média, o sistema econômico-alimentar europeu era governado por um rígido domínio do mais forte sobre o mais fraco, toma como exemplo a Irlanda onde no decorrer do século XIX, face ao estrito controle sobre os recursos alimentares exercido pelos

³ Batizada pelo botânico suíço Gaspard Bauhin (1560-1624) com o nome científico *Solanun tuberosum* por pertencer à família das tóxicas solanáceas, foi declarada por alguns botânicos alemães planta imprópria para alimentação humana. (FRANCO, 2010. p. 120)

proprietários de terras, que reservavam para si os produtos de prestígio, como carnes e trigo, os cidadãos irlandeses chegaram a consumir quase exclusivamente batatas, ocorrendo entre 1845 e 1849 grande mortalidade e intensa emigração, especialmente para os Estados Unidos e Canadá, devido à fome ocasionada por praga que atingiu as batatas na Europa.

Numa visão geral, na Europa a detenção dos recursos alimentares conhecidos e considerados nobres, tais como, carnes, frutas e cereais, pela elite social e pelos grandes proprietários que destinavam parte relevante da produção para o comércio, aliado com aos altos tributos cobrados levaram grande parcela da população a uma situação de penúria impelindo-a ao consumo imediato dos produtos desconhecidos oriundos das Américas, especialmente a batata e o milho. Entre a população detentora dos recursos, foram necessários mais de três séculos para a adoção das novas espécies de alimentos e muitas vezes como resultado de alguma crise que resultou na deterioração dos recursos alimentares disponíveis. (MONTANARI, 2013)

Implantada nas diversas regiões da Europa no decorrer da época moderna, foi melhor acolhida nas regiões pobres, só se tornou um alimento básico a partir do século XVII na Irlanda e depois na Inglaterra e na Holanda; e nos outros países, apenas a partir do século XVIII. Na Alemanha, apesar da precocidade de sua introdução em algumas regiões, a batata só foi adotada definitivamente como alimento humano quando da grande crise agrícola do início do século XIX (TEUTEBERG; FLANDRIN, 2020, p. 711-712).

4.1.1 A batata pelo mundo

Hoje, mais de cinco séculos após a apresentação deste tubérculo ao mundo, e mais de dois séculos após sua recepção por aqueles não premidos pela necessidade de aceitá-lo como questão de sobrevivência, faz parte de muitos pratos considerados típicos⁴ em seus países, e parte indispensável de cardápios nacionais, como alguns exemplos, cita-se:

Suécia - “hasselbackspotatis” – de acordo com o *site* sueco ICA, a receita foi criada por volta de 1950 por um jovem estudante de culinária que deu ao prato o nome da escola na qual estudava em Estocolmo, resultando em um prato típico sueco, conhecida no Brasil como batata sueca ou batata sanfona – batata cortada em fatias finas sem se desprenderem cobertas com manteiga, sal e farinha de rosca ou queijo ralado e assadas.

⁴ Para Woortmann (2007) “típico” “oculta uma perspectiva marcada pela exotização, portanto uma percepção de fora para dentro”, enquanto “tradicional” “constitui expressão de padrões e valores tradicionais em seus próprios termos, de estruturas sociais estruturadas atualizadas pelas estruturas estruturantes” (2007, p. 180) disponível em http://www.aba.abant.org.br/administrador/product/files/103_00128082.pdf, acesso em 22 dez. 2020.

Figura 1 – Batata hasselback- receita tradicional sueca



Fonte: <https://www.196flavors.com/sweden-hasselbackspotatis-hasselback-potatoes/>

Bélgica – “Frites belges” - A origem das batatas fritas é muito controversa, gerando há séculos grandes discussões entre franceses e belgas, mas segundo conta a lenda o palito de batata salgada nasceu em Namur, uma cidade de língua francesa na Bélgica, a 63 km de Bruxelas, onde os habitantes mais pobres costumavam pescar pequenos peixes no rio Meuse para fritar, mas durante um inverno particularmente rigoroso, em meados do século XVII, o rio congelou, tornando impossível saborear o peixe frito, em seu lugar os habitantes substituíram os alevinos por batatas em forma de peixinhos e as fritaram. Hoje, na Bélgica, a batata frita é considerada patrimônio nacional. A curiosidade é que frita em gordura bovina e em duas etapas com um tempo de descanso entre elas e, tradicionalmente, servida em cones de papel (LECLERCQ, 2020).

Figura 2 – Batata frita – orgulho nacional belga



Fonte: <https://www.miss-elka.fr/2016/12/04/frituur/>

Espanha – “*Tortilla de patata*” - Embora a sua origem, até hoje, permaneça incerta, considera-se válida a tese de que a receita tenha nascido ao longo do século XVIII, especificamente na localidade de Villanueva de la Serena. As diversas versões sobre a sua origem, coincidem na causa do seu aparecimento: a fome. Naquela época, a procura de comida barata era alta, mas tinha que ser nutritiva e saciar a fome, então esta receita atendia a todos os requisitos, e hoje é um ícone nacional. Consiste, basicamente, em uma espécie de omelete com rodelas finas de batata e um bom azeite de oliva (MICHELIN GUIDE DIGITAL SPAIN, 2020).

Figura 3 – Tortilha de batata – receita tradicional espanhola



Fonte: <https://www.goya.com/en/recipes/tortilla-a-la-espanola-potato-omelet>

Japão – “Nikujaga” (significa carne e batata) – Depoimento de uma imigrante japonesa: “Quando penso em Nikujaga, me lembro de minha casa e começo a pensar seriamente em voltar para o Japão. Este prato não é servido em restaurantes japoneses. As mães costumam cozinhar, e cada família tem sua própria versão. Não é difícil cozinhar Nikujaga, mas é difícil torná-la saborosa. Se eu cozinhar bem assim, posso ser uma boa mãe”. Espécie de ensopado feito com fatias finas de carne, batata, cenoura e cebola, saquê (bebida feita de arroz), mirin (tempero japonês), óleo, açúcar e shoyu (molho de soja) (MURAO, 2008).

Figura 4 – Nikujaga – receita tradicional japonesa



Fonte: <https://yjc.tokyo/japanesefood-recipe-nikujaga/>

Índia - Punjabi Dum Aloo – Segundo Manali, a autora do *blog Cook With Manali*, esta é uma receita muito popular no norte da Índia, conta que era a receita preferida de seu pai e que sua mãe fazia para ocasiões especiais como seu aniversário ou em festividades. Diz ainda que a maioria das pessoas que conhece adora batatas e que em sua casa sentiam que as refeições da família eram incompletas quando não tinham batatas. Consiste em batatinhas cozidas em curry picante feito com muitas especiarias, iogurte e um toque de creme de leite.

Figura 5 – Punjabi Dum Aloo – comida tradicional indiana



Fonte: <https://www.cookwithmanali.com/punjabi-dum-aloo/>

República de Camarões – “Pilé de Pommes de Terre” – receita tradicional do oeste da República de Camarões. Receita muito simples, basicamente é composta de purê de batata com grãos de feijão levemente amassados, óleo de palma e condimentos. (ALICE PEGIE COISINE, 2020)

Figura 6 – Pilé de Pommes de Terre – receita tradicional camaronesa



Fonte: <http://www.alicepegie.com/le-pile-de-pommes-de-terre/>

Austrália – “Bush-kangaroo-stew” – receita considerada como “*comfort food*” pelos australianos. Consiste basicamente em um ensopado de carne de canguru com cerveja, batatas, cenouras, cogumelos, cebolas e tomates, formando um caldo rico e saboroso, servido com o tradicional purê de batatas australiano ou com pão fresco e crocante (SBS FOOD, 2020).

Figura 7 – Bush-kangaroo-stew – receita tradicional australiana



Fonte: <https://www.sbs.com.au/food/recipes/bush-kangaroo-stew>

Além dos pratos acima detalhados, pode-se citar incontáveis exemplos de receitas que usam batatas como ingredientes, as receitas tradicionais de bacalhau em Portugal, as receitas alemãs, as italianas, as dos diversos países do Continente Africano, Asiático, Oceania e das três Américas, assim, pode-se afirmar que a batata saiu dos Andes e ganhou o mundo, e atualmente é largamente utilizada em todos os continentes da terra.

Analisando-se os dados obtidos, duas conclusões podem ser anotadas de plano: o novo ingrediente foi prontamente adotado por parcelas das populações que viviam em situação de penúria alimentar e que não podiam prescindir de qualquer tipo de alimento, a segunda observação refere-se à reação da população em geral à introdução de elementos desconhecidos na sua dieta alimentar e corrobora os ensinamentos dos estudiosos, no tocante aos aspectos de tradição e conservadorismo no âmbito da culinária como elemento da identidade nacional.

Resgatando o interessante apontamento em relação à aceitação do tomate cerca de trezentos anos depois de ser introduzido na Europa, somente após ser preparado como molho, complemento muito conhecido e apreciado pela população da época, observa-se comportamento similar à incorporação da batata ao plantel de alimentos utilizados pela população ao ser incorporada em pratos já conhecidos ou manipulada por técnicas e com temperos e especiarias de uso costumeiro pela população, cerca de duzentos a trezentos anos após ser apresentada aos habitantes dos diversos países, comportamento que encontra respaldo teórico em Franco (2010), que ensina ser a humanidade mais conservadora no âmbito da

cozinha que em qualquer outro aspecto da cultura, por terem os hábitos alimentares raízes profundas na identidade social dos indivíduos.

Acompanhando a trajetória da batata, observa-se que o avanço da globalização no âmbito alimentar, sofre a resistência dos elementos formativos da identidade da população, quando aceitos estes elementos são mesclados aos que fazem parte da identidade nacional, exceto em situações de insuficiência alimentar na qual o novo alimento é recepcionado de pronto, corroborando a forma preconizada por Abraham Maslow em sua conhecida pirâmide da hierarquia de necessidades, na qual as necessidades fisiológicas, entre elas a fome, estão localizadas na base e as pessoas buscam satisfazê-las de todas as formas, antes de quaisquer outros desejos (MCLEOD, 2016).

4.2 PEÇA PELO NÚMERO

O colunista do *site* Topmelhores, Coelho (2020) consolidou em março de 2020 as dez principais marcas globais de *fast food*, anota-se que todas têm em comum o fato de terem iniciado suas atividades nos Estados Unidos e se disseminado para diversos países, figuram na lista empresas de lanches e sanduíches, pizzas, sorvetes, cafés e rosquinhas doces, especificamente, no segmento de hambúrgueres constam o Burger King, com 15.000 unidades e o McDonald's com 37.241 unidades.

A exemplo da seção 4.1, na qual foi escolhida a batata para desenvolvimento do raciocínio relativo a este trabalho, na presente seção foi escolhida a rede estadunidense de *fast food* McDonald's, por apresentar um variado cardápio de possibilidades de análises em relação às teorias da globalização e da identidade nacional.

O site do McDonald's dos Estados Unidos relata que a primeira unidade com o embrião da atual configuração, poucos produtos e atendimento rápido, foi inaugurada em 1948 em San Bernardino na Califórnia, passando por diversas alterações desde a troca de proprietário, alteração do *layout* das edificações e instalações passando pela padronização dos serviços, produtos, comunicação visual e chegando à maximização da produtividade. O número de unidades cresceu vertiginosamente nos Estados Unidos, e passou a se expandir para os mercados internacionais, começando em 1967 no Canadá e em Porto Rico e contando em 2016 com mais de 36.000 restaurantes em mais de 100 países.

A filosofia de globalização, maximização da produtividade e padronização dos produtos desenvolvida pela empresa, alcançou tal nível que o termo *McDonaldização*,

plasmado por George Ritzer (FRANCO, 2010), atualmente é utilizado para os mais variados setores da atividade humana que apresentam elevado grau de homogeneização e globalização.

O conceito de localismo globalizado, apresentado por Santos (2006) aplica-se à globalização vitoriosa do Mc Donald's, na medida em que disseminou pelos cinco continentes a forma de alimentação do seu local de origem, com pequenas adequações necessárias para atender aos mercados nos quais se instalou, como será visto adiante.

Da mesma forma, Samuel Huntington ao reportar-se à Civilização Ocidental apresenta uma visão que se aplica ao estudo desenvolvido neste trabalho ao afirmar que “a disseminação dos padrões de consumo e da cultura popular ocidentais pelo mundo afora está criando uma civilização universal.” (HUNTINGTON, 1996, p. 66-67).

Ao analisar a trajetória do McDonald's para alcançar seus objetivos de expansão global é possível identificar a lição de Harvey (2011) de que a circulação de capital derivada da produção pode ser extrapolada para o setor de prestação de serviços, como no caso dos *fast food*, pois, o mecanismo de reinvestimento e expansão para outros mercados está bem presente nesse segmento, que cada vez mais se difunde pelo mundo, movimentando valores elevados.

Ao analisar os fatores que podem prejudicar a acumulação de capitais, Harvey (2011) anota que a mercadoria ou serviço ao entrar no mercado deve ter condições de ser trocada por um valor equivalente ao seu custo de produção mais uma parcela de lucro, e, além disso, tem que haver no mercado consumidor, alguém que necessite ou deseje adquirir esse produto ou serviço em particular, e que tenha dinheiro para comprá-lo. Na ausência dessa conjunção de fatores, os recursos dispendidos para a produção serão perdidos, e para evitar a frustração na esperada obtenção do lucro, o autor anota que:

Uma imensa quantidade de esforço, incluindo a formação de uma vasta indústria de publicidade, tem sido colocada para influenciar e manipular as necessidades, vontades e desejos das populações humanas para assegurar um mercado potencial. [...] Mas algo mais do que apenas publicidade está em jogo aqui. O que é necessário e a formação de condições diárias de vida que exigem a absorção de um conjunto de certas mercadorias e serviços, a fim de se sustentar. (HARVEY, 2011, p. 91)

Complementando o raciocínio, o autor afirma que:

A criação perpétua de novas necessidades é uma condição essencial para a continuidade da expansão infinita da acumulação do capital. É aqui que as tecnologias e a política de criação de novas necessidades vêm à tona como a ponta da acumulação sustentável. É agora bem entendido que “o sentimento do consumidor” e “a confiança do consumidor” nas sociedades mais afluentes não são apenas as chaves para a acumulação do capital sem fim, mas são também cada vez mais a base da qual depende a sobrevivência do capitalismo. (HARVEY, 2011, p. 92)

As lições ensinadas por Harvey (2011) também foram aprendidas e são muito bem aplicadas pelo Mc Donald's nos diversos países em que atua, na medida em que investe

maciçamente em propaganda, em identidade visual, criando nos consumidores, especialmente, nos mais jovens, a ideia de modernidade, de pertencimento a uma sociedade atual e cosmopolita, e, por outro lado, busca angariar a confiança dos consumidores em geral ao assegurar nos sites construídos nos diversos países e utilizando outras formas de divulgação em veículos de mídia, que utilizam insumos nacionais, produzidos de forma sustentável nas localidades onde estão situados, além de promover campanhas humanitárias e filantrópicas voltadas às sociedades nas quais as lojas estão inseridas.

O conceito de “aldeia global”, significando a reunificação instantânea de todas as partes da civilização fragmentada num todo orgânico (MCLUHAN, 1996), é muito bem ilustrado pela dicção de McLuhan (1973, *apud* Ianni, 2013), acerca das alterações introduzidas pelos meios de comunicação, especialmente, a televisão, recém-chegada à vida cotidiana das pessoas, no início da década 1960:

Hoje passamos da produção de artigos empacotados para o empacotamento de informações. Antigamente invadíamos os mercados estrangeiros com mercadorias. Hoje invadimos culturas inteiras com pacotes de informação, entretenimentos e ideias. E vista da instantaneidade dos novos meios de imagem e som, até o jornal é lento. (MCLUHAN, 1973, p.5643-565, *apud* IANNI, 2013, p.16-17).

E hoje, especialmente, por meio da *internet*, filmes, redes sociais, telefones celulares, a expressão “aldeia global” criada por McLuhan na década de 1960, (1996, *apud* Ortiz, 2006), de forma genérica, significando a globalização advinda do “encurtamento” de distâncias gerando pelos meios eletrônicos de informação, aplica-se à perfeição à vitoriosa conquista dos mais variados mercados mundiais pelo McDonald’s.

Ao referir-se ao idioma no qual se dão as comunicações da aldeia global, Ianni (2013) em consonância com o entendimento de ressaltar a importância da língua inglesa, atual língua franca, como facilitadora das relações comerciais e humanas entre as mais diversas nações do globo:

[...] língua de fato da aldeia global tem sido principalmente o inglês. A maior parte das comunicações, envolvendo todo tipo de intercâmbio, desde as mercadorias às ideias, das moedas às religiões, realiza-se nessa língua. Grande parte da produção científica, filosófica e artística está formulada nessa língua, por suas versões originais ou por suas traduções. Muito do que são os fatos sociais, econômicos, políticos e culturais circulam como notícias faladas, escritas e pensadas em inglês, ou traduzidas para essa língua. (IANNI, 2013, p. 138)

Com base na lição do mestre, é possível visualizar que o fato de o McDonald’s ser originário de um país cujo idioma é o inglês, “uma espécie de língua franca universal: econômica, racional e moderna” (IANNI, 2013, p. 219) auxiliou muito a sua acelerada expansão global.

Por outro lado, importante lançar um olhar sobre a questão da identidade nacional na escalada global da rede de *fast food* sob análise, ao tratar da diferenciação de alimentos entre os diversos povos, Franco (2010) pontua com muita propriedade que:

os hábitos culinários de uma nação não decorrem somente do mero instinto de sobrevivência e da necessidade do homem de se alimentar. São expressão de sua história, geografia, clima, organização social e crenças religiosas. Por isso, as forças que condicionam o gosto ou a repulsa por determinados alimentos diferem de uma sociedade para outra. (FRANCO, 2010, p. 25)

Complementando a afirmação acima, lembra Fischler (1993, *apud* Bleil, 1998) que inúmeros programas institucionais que visavam mudar o hábito de populações de países em desenvolvimento foram frustrados por desconsiderar os preceitos e as proibições religiosas, bem como as categorias culinárias locais, por falta de sensibilidade dos interventores em perceber o peso da cultura sobre a alimentação.

Apesar da clara homogeneização e padronização dos produtos ofertados, ao analisar os cardápios disponíveis nos sites oficiais do McDonald's, fica evidente que a gigante rede de fast food, com o objetivo de obter sucesso e angariar consumidores nos diferentes países em que se instalou, buscou incorporar elementos da identidade nacional dos habitantes em seus produtos, inserindo opções compatíveis com as respectivas preferências alimentares, sabores tradicionais ou convicções religiosas. Torna, desta forma, cada cardápio variado, com produtos exclusivos voltados para aquela nação em especial. Para fins ilustrativos e elucidativos, foram selecionados itens dos menus disponibilizados *online* de alguns países, e compilados na figura 8.

Figura 8 – Peça pelo número



Fonte: elaborado pela autora (2020)

Acima, foi elaborado um menu multicultural, que contempla dois dos fatores supracitados. No que diz respeito às restrições alimentares por questões de preceitos religiosos, o número 2 dispõe de um hambúrguer vendido na Arábia Saudita, *Halal*, do árabe “lícito”, que conforme o Alcorão são os alimentos permitidos no Islã, fabricados de acordo com regras específicas; no caso das carnes, os suínos são terminantemente proibidos, e os animais devem sempre ser abatidos voltados para a Meca, de acordo com a religião muçulmana (BARBOUR, 2010). Nesta mesma perspectiva, o número 1, presente no menu de Israel oferece um hambúrguer que não contém queijo em sua composição, seguindo, um preceito contido na Torá, em que Deus diz “Não cozinharás um bezerro no leite de sua mãe.” (Shemot 23:19), uma lei “choc”, isto é, aquela cuja razão não foi dada por Deus, mas apesar de o povo judeu não compreender por que não devem misturar carne com leite em sua alimentação, todos aceitaram com perfeita fé, sem perguntar nem questionar (CHABAD.ORG, 2020).

Quanto aos costumes e sabores típicos dos países, Portugal é representado no menu com os números 5 e 6, respectivamente, com o não tão desconhecido ao paladar brasileiro, caldo verde, e o *Sundae* com uma inesperada calda de ovo, bolacha crocante e castanhas. Além

disso, o número 4 contempla um prato que há muito agrada ao paladar canadense, mais especificamente, da região do Quebec, onde foi criado; o *Poutine*, prato típico que leva batatas fritas cobertas por molho *gravy*, preparado com o suco liberado pela carne ao ser assada e pedaços de *cheese curds*, uma espécie de queijo coalho. O cardápio traz também sabores da Coreia do Sul, com o número 3, um hambúrguer com a carne marinada no típico molho *Bulgogi*, muito apreciado pelos coreanos; e para finalizar, o número 7, a Torta de Taro, uma sobremesa sul-coreana com um ingrediente nada comum no ocidente, uma raiz de coloração levemente roxa, bastante utilizada na cozinha oriental (MAANGCHI, 2015).

A análise dos cardápios das unidades em vários países demonstra que junto com os produtos tradicionais oferecidos de forma homogênea em diferentes partes do mundo, o McDonald's busca inserir alguns que atendam, especificamente, aos gostos e costumes culinários locais, em países com rigorosa tradição religiosa como em Israel e nos países muçulmanos, os produtos ofertados destacam que obedecem estritamente aos preceitos religiosos.

O fato de inserir itens que digam respeito às tradições culinárias e religiosas locais por parte de uma rede de *fast food* globalizada e com extraordinário apelo midiático, corrobora de forma cristalina as características de conservadorismo, resistência à mudança e apego à tradição que são inerentes à identidade nacional.

5 CONCLUSÃO

Inicialmente, cabe uma observação a respeito de como foi planejado o desenvolvimento deste estudo e como efetivamente se desenvolveu. No planejamento original propunha-se a analisar a globalização contemporânea à luz das teorias da globalização e da identidade nacional, no entanto, com o amadurecimento do conhecimento, após muitas leituras e análises observou-se que o processo de globalização é contínuo e estende-se no tempo, extrapolando em muito um simples período da história, assim, para qualificar o trabalho foi inserido breve levantamento histórico, de forma a obter um panorama de como se desenvolveu a alimentação humana no decorrer de sua história.

Ao acompanhar o levantamento histórico nota-se que a globalização tão debatida como um tema eminentemente atual, remonta à antiguidade, levando-se em consideração os limites da época, que não ocorreram da mesma forma, intensidade e velocidade como no tempo presente.

Focalizando, especialmente o âmbito da alimentação, fica evidenciado que foi impulsionada com o comércio de especiarias e outros produtos entre o ocidente e oriente e intensificou-se com as chamadas Grandes Navegações com a busca de novas rotas para o Oriente após a tomada de Constantinopla pelos turcos, Mignolo (1998, apud Hernández, 2005) corrobora esta observação ao afirmar que o conceito da globalização relaciona-se com a expansão ocidental, iniciada por volta dos anos 1500, e inclui o termo “sistema-mundo”, de Immanuel Wallerstein.

A análise histórica demonstrou que, inegavelmente, a globalização impactou nas culinárias nacionais com a inserção de novos ingredientes na dieta dos países, especialmente, a partir da entrada de produtos na Europa oriundos das Américas transportados pelos navios que participaram das Grandes Navegações, espalhando-se, posteriormente, para os demais continentes com o passar do tempo.

De outra vertente, a análise da expansão da rede de *fast food* McDonald's e, a identificação de como procedeu ao operar em países distintos, especialmente, face às peculiaridades que integram as identidades nacionais no tocante à alimentação, forneceram elementos valiosos para responder ao questionamento sobre o qual este trabalho se debruçou.

Ao término da trajetória seguindo a batata através dos tempos e países com rápidas paradas em unidades da rede de *fast food* McDonald's, foi possível responder à pergunta: “de que maneira o processo de globalização impacta na culinária como elemento de afirmação e formação da identidade nacional e vice-versa?”

Com o auxílio de Hall (2006, *apud* FERREIRA; BEHLING, 2016), anota-se que a globalização ao incidir sobre as nações, pode apresentar três diferentes consequências sobre as identidades nacionais: a homogeneização global; a reafirmação das identidades nacionais (resistência à globalização) e a hibridização (misturas, mesclas e sobreposições).

Fixando-se no aspecto da culinária, a homogeneização global, perspectiva pessimista apresentada por muitos estudiosos como uma hecatombe que abateria as identidades nacionais reduzindo-as a pó, não resiste à análise efetuada ao longo de séculos, exatamente porque as identidades nacionais resistem fortemente à globalização, como ocorreu com a batata, que levou cerca de três séculos para ser aceita por aqueles que não eram obrigados a aceitá-la por força da fome, e ao ser recepcionada foi incorporada aos alimentos conhecidos e utilizada com técnicas, temperos e especiarias característicos, adquirindo as feições próprias das comidas conhecidas e que já faziam parte da vida cotidiana dos cidadãos.

Da mesma forma, a rede de fast food McDonald's com toda a estrutura econômica e o suporte de mídia característico da aldeia global, para ter sucesso e angariar consumidores em mercados internacionais, teve que fazer concessões aos costumes culinários de cada localidade adaptando seus cardápios de forma a ofertar itens já incorporados às identidades nacionais, ou observar as regras e restrições impostas pelas religiões locais, desta forma observa-se mais uma vez a presença da hibridização como ponto de equilíbrio entre o local e o global.

Assim a resposta tão procurada ao longo deste trabalho à questão de que maneira o processo de globalização impacta na culinária como elemento de afirmação e formação da identidade nacional e vice-versa?" ao final do percurso, com o respaldo em Hall (2006, *apud* FERREIRA; BEHLING, 2016), consiste em dizer que a globalização traz novos elementos para as culinárias nacionais, resultando numa hibridização, que amplifica as possibilidades alimentares da comunidade na qual é inserida, constituindo-se em fonte de inovação e renovação e com ao longo do tempo funde-se à identidade nacional e dela passa a fazer parte.

Por outro lado, a vice-versa da pergunta acima, tal seja, "como a culinária como elemento de afirmação e formação da identidade nacional impacta na globalização", pode ser respondida, com apoio na análise histórica, que culinária nacional age resistindo à globalização, e somente aceita o novo elemento quando se sente convencida e confortável em recepcioná-lo, e caso isto não ocorra, o item indesejado será relegado ao ostracismo pela sociedade em que tentou inserir-se.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Edeli Simioni de; VIANA, Isabel Cristina; MORENO, Rosymaura Baena; TORRES, Elizabeth A. F. da Silva. **Alimentação - mundial uma reflexão sobre a história**. Disponível em: <https://www.scielo.org/article/sausoc/2001.v10n2/3-14/>. Acesso em: 23 out. 2020.
- ALICE PEGIE CUISINE. **Le Pilé de Pommes de Terre**. 2020. Disponível em: <http://www.alicepegie.com/le-pile-de-pommes-de-terre/>. Acesso em: 14 nov. 2020.
- ALMEIDA, Antonio. **Alguns Conceitos Sobre Cultura**. Joinville: Clube dos Autores, 2008. 182 p.
- BARBOUR, Ana Maria. **Você sabe o que é alimento Halal?** 2010. Disponível em: <https://icarabe.org/geral/voce-sabe-o-que-e-alimento-halal>. Acesso em: 10 nov. 2020.
- BLEIL, Susana Inez. O Padrão Alimentar Ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil. **Revista Cadernos de Debate**. Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação da Unicamp, p. 1-25. out. 1998. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3322764/mod_resource/content/1/o-padrao-alimentar-ocidental-consideracoes-sobre-a-mudanca-de-habitos-no-brasil.pdf. Acesso em: 10 ago. 2020.
- CHABAD.ORG. **A Proibição de Misturar Carne com Leite**. 2015. Disponível em: https://pt.chabad.org/library/article_cdo/aid/913179/jewish/A-Proibio-de-Misturar-Carne-com-Leite.htm. Acesso em: 09 nov. 2020.
- COELHO, Cássio. **As 10 principais marcas de fast-food do mundo**. 2020. Disponível em: <https://www.topmelhores.com.br/cultura/194-as-10-principais-marcas-globais-de-fast-food>. Acesso em: 10 set. 2020.
- CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Mabel. **Alimentação, sociedade e cultura**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011. 496 p.
- COOK WITH MANALI. **Punjabi Dum Aloo**. 2020. Disponível em: <https://www.cookwithmanali.com/punjabi-dum-aloo/>. Acesso em: 14 nov. 2020.
- CORNER, Dolores Martín Rodríguez; ANGELO, Elis Regina Barbosa. O Patrimônio Cultural Imaterial sob a Perspectiva da Gastronomia. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL - SEMINTUR, 5., 2008, Caxias do Sul. **Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina**. Caxias do Sul, 2008. p. 1 - 7. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplVSEminTur/eventos/seminarios>. Acesso em: 23 abr.2017.
- DALBY, Andrew. **Sabores Perigosos – A História das Especiarias**. São Paulo: Senac São Paulo, 2010. 268 p.
- DELLA GIUSTINA, Adelina Padilha de Souza. A culinária como patrimônio cultural imaterial. **Cadernos do Ceom: Espaço de Memória: Abordagens e Práticas**, Chapecó, v. 22, n. 31, p.45-67, fev. 2013. Disponível em: <http://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/view/535>. Acesso em: 18 abr. 2017.

DICIONÁRIO AURÉLIO ONLINE. **Globalização**. Disponível em: www.uol.com.br/aurelio/index.html#. Acesso em: 22 abr. 2017.

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **A cultura da batata: origem e botânica**. Origem e botânica. Disponível em: <https://www.embrapa.br/hortalicas/batata/origem-e-botanica>. Acesso em: 20 out. 2020.

FAO. Food and Agriculture Organization. **International Year of the Potato**. 2008. Disponível em: <http://www.fao.org/potato-2008/>. Acesso em: 19 out. 2020.

FERREIRA, Orjana Thiesen; BEHLING, Hans Peder. Adaptação Cultural no McDonald's: uma análise sob o aspecto dos cardápios. **XI Congresso Internacional de Administração da Espm e XI Simpósio Internacional de Administração e Marketing**, São Paulo, v. 1, n. 118, p. 1-16, ago. 2016. Disponível em <<http://ocs.espm.br/index.php/simposio2016/C2016/paper/view/118>>. Acesso em: 16 nov. 2020.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da alimentação**. 10. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2020. 888 p.

FLICK, Uwe. **Introdução à Pesquisa Qualitativa**. 3. ed. São Paulo: Artmed, 2007. 405 p.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. 5. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2010. 287 p.

GIDDENS, Anthony. **As Consequências da Modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991. 177 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. 102 p.

HARVEY, David. **O Enigma do Capital: E as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo Editora, 2011. 240 p.

HELD, David; MCGREW, Anthony. **Prós e contras da globalização**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. 107 p.

HERNÁNDEZ, Jesús Contreras. Mudanças econômicas e socioculturais e o sistema alimentar - Patrimônio e globalização: o caso das culturas alimentares. In: CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa Wanda Diez (org.). **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2005. 306 p. Disponível em: <https://static.scielo.org/scielobooks/v6rkd/pdf/canesqui-9788575413876.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2017.

HUNTINGTON, Samuel Phillips. **O choque de civilizações e a recomposição da ordem mundial**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1996. 455 p.

IANNI, Octavio. **A era do globalismo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. 256 p.

IANNI, Octavio. **A Sociedade Global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999. 191 p.

IANNI, Octavio. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. 271 p.

ICA. **Hasselbackspotatis**. Disponível em: <https://www.ica.se/recept/hasselbackspotatis-3679/?referrer=#pfset=1>. Acesso em: 13 nov. 2020.

KEOHANE, Robert O; NYE JUNIOR, Joseph S. Power and interdependence in the information age. **Foreign Affairs**, Nova Iorque, v. 77, n. 5, p.81-94, out. 1998. Disponível em: <<https://allenbolar.files.wordpress.com/2017/02/keohane-nye-2000.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2017.

KEOHANE, Robert Owen; NYE, Joseph. What's New? What's Not? (And So What?). **Foreign Policy**, Washington, v. 118, p.104-119, maio 2000. Disponível em: <[http://www.asu.edu/courses/pos445/Keohane and Nye--Globalization What's New? What's Not?.pdf](http://www.asu.edu/courses/pos445/Keohane%20and%20Nye--Globalization%20What's%20New?%20What's%20Not?.pdf)>. Acesso em: 18 abr. 2017.

LECLERCQ, Pierre. **La véritable histoire de la pomme de terre frite**. 2010. Disponível em: <https://www.musee-gourmandise.be/fr/77-musee-gourmandise/articles-fond/132-la-veritable-histoire-de-la-frite>. Acesso em: 13 nov. 2020.

LEITÃO, Cleide Figueiredo. **O que é Modernidade?:** diálogos, propostas, histórias para uma cidadania mundial. 1997. Disponível em: <<http://base.d-ph.info/pt/fiches/premierdph/fiche-premierdph-3602.html>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamasso. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica**. *Katálysis*, Florianópolis, v. 10, p.37-45, abr. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-49802007000300004>. Acesso em: 12 abr. 2017.

MAANGCHI. **Taro**. 2015. Disponível em: <https://www.maangchi.com/ingredient/taro>. Acesso em: 10 nov. 2020.

MACIEL, Maria Eunice. Identidade Cultural e Alimentação. In: CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa Wanda Diez (org.). **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2005. p. 1-306. Disponível em: <https://static.scielo.org/scielobooks/v6rkd/pdf/canesqui-9788575413876.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2017.

MARTINS, Maria do Céu Antunes. Globalização da alimentação: unidade ou diversidade? **Repositório Científico do Instituto Politécnico de Castelo Branco**, Castelo Branco, p.1-8, dez. 09. Disponível em: <[http://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/82/1/Globalizacao da alimentacao.pdf](http://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/82/1/Globalizacao%20da%20alimentacao.pdf)>. Acesso em: 28 mar. 2017.

MCDONALD'S. **The McDonald's Story**. 2020. Disponível em: <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-company/who-we-are/our-history.html>. Acesso em: 20 out. 2020.

MCDONALDS CANADA. **Canadá**. Disponível em: <https://www.mcdonalds.com/ca/en-ca.html> Acesso em: 13 nov. 2020.

MCDONALDS ISRAEL. **Israel**. Disponível em: https://www.mcdonalds.co.il/about_mcdonalds Acesso em: 13 nov. 2020.

MCDONALDS PORTUGAL. **Portugal**. Disponível em: <https://www.mcdonalds.pt/> Acesso em: 13 nov. 2020.

MCDONALDS QTAR. **Arábia Saudita**. Disponível em: <https://www.mcdonalds.com/qa/en-qa/ourcompany.html>. Acesso em: 13 nov. 2020.

MCDONALDS SOUTH KOREA. **South Korea**. Disponível em: <https://www.mcdonalds.co.kr/kor/main.do/> Acesso em: 13 nov. 2020.

MCLEOD, Saul. **Maslow's Hierarchy of Needs**. 2016. Disponível em: <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>. Acesso em: 12 abr. 2017.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem**. 8. ed. São Paulo: Cultrix, 1996. 407 p.

MICHAELIS. **Identidade**. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?id=vkAAV> Acesso em: 18 out. 2020.. Acesso em: 18 out. 2020.

MICHELIN GUIDE DIGITAL SPAIN. **La tortilla de patata: historia de un icono nacional**. 2019. Disponível em: <https://guide.michelin.com/es/es/articulo/features/la-tortilla-de-patata-historia-de-un-icone-nacional>. Acesso em: 13 nov. 2020.

MINTZ, Sidney W. **Comida e antropologia uma breve revisão**. Revista Brasileira de Ciências Sociais V.16, n. 47, out 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010269092001000300002&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 27 out. 2020.

MINTZ, Sidney W. **Entrevista concedida a Ceres Gomes VÍctora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre. 2011. Revista Horizontes Antropológicos, vol.18 nº 38 Porto Alegre July/Dec. 2012. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832012000200016. Acesso em: 17 out. 2020.

MONTANARI, Massimo. **A comida como cultura**. 2. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2013. 207 p.

MURAO, Michiko. **Nikujaga, A Special Dish from Japan**. TOPICS Online Magazine. 2008. Disponível em: <http://www.topics-mag.com/foods/special-foods/nikujaga-Japan.htm>. Acesso em: 14 nov. 2020.

ONU. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **‘Desigualdade digital’ é desafio global, apontam participantes de Fórum de Governança da Internet**. 2016a. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/desigualdade-digital-e-desafio-global-apontam-participantes-de-forum-de-governanca-internet/>. Acesso em: 29 jun. 2017.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Human Development Report 2016**

Overview: Human Development for Everyone. 2016b. Disponível em:

http://hdr.undp.org/sites/default/files/HDR2016_EN_Overview_Web.pdf. Acesso em: 29 jun. 2017.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura.** 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2006. 234 p.

POTATOPRO. **World: Africa.** 2020a. Disponível em:

<https://www.potatopro.com/africa/potato-statistics>. Acesso em: 10 out. 2020.

POTATOPRO. **World: Asia.** 2020b. Disponível em:

<https://www.potatopro.com/china/potato-statistics>. Acesso em: 10 out. 2020.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A gramática do tempo: para uma nova cultura política.** São Paulo: Cortez Editora, 2006. 511 p.

SANTOS, Daianna Marques dos. **História da gastronomia mundial.** Indaial: UNIASSELVI, 2018. 203 p.

SBS FOOD. **Bush kangaroo stew.** Disponível em:

<https://www.sbs.com.au/food/recipes/bush-kangaroo-stew>. Acesso em: 14 nov. 2020.

SILVA, Mônica Cintia da; VETTORETTI, Natacha A. Rodrigues; FERNANDES, Marilne Thomazello Mendes. **Mudanças no hábito alimentar: o fenômeno da Mcdonaldização.** 2010. 6p. Disponível em:

<http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2010/anais/arquivos/0906_0974_01.pdf>. Acesso em: 27 out. 2017.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. Unidade 2 – A Pesquisa Científica. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de pesquisa.** Porto Alegre: Ufrgs, 2009. 116 p. Disponível em:

<<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2017.

TEUTEBERG, Hans Jurgen; FLANDRIN, Jean-Louis. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da alimentação.** 10. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2020. 888 p.

WALLERSTEIN, Immanuel. **Entrevista: O tempo em que podemos mudar o**

mundo. 2011. Entrevista concedida a Sophie Shevardnadze, tradução de Daniela Frabasile.

Disponível em: <<http://outraspalavras.net/posts/o-tempo-em-que-podemos-mudar-o-mundo/>>. Acesso em: 28 jun. 2017.