

Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Sociologia

MUDANÇAS SOCIAIS, OBJETOS TÉCNICOS E O DESIGN: UMA ANÁLISE SOBRE OS TALHERES

JOHELMA PIRES DE AVELAR

Belo Horizonte, Junho 2015.

JOHELMA PIRES DE AVELAR

MUDANÇAS SOCIAIS, OBJETOS TÉCNICOS E O DESIGN:
UMA ANÁLISE SOBRE OS TALHERES

Dissertação de mestrado em sociologia apresentado à
Universidade Federal do Estado de Minas Gerais como
exigências final do Programa de pós-graduação em
Sociologia, para a obtenção do título de mestre.

Prof. Dr. Yuriy Castelfranchi
Orientador

Belo Horizonte
2015

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, pela generosidade e pelo amor sempre.

Aos professores do programa de pós-graduação em Sociologia/UFMG, pela oportunidade concedida.

Ao Professor Dr. Yuri Castelfranchi pela compreensão, pela paciência e por me oferecer novas perspectivas.

Ao Professor Dr. Edson Carpintero e Professora Giselle Safar, pelo apoio, pelo carinho e por estarem sempre presentes.

Aos novos amigos, pois, com eles aprendo muito e me diverto muito.

Aos queridos e velhos amigos, porque “o que se fala na extensão, fica na extensão”.

"Chama-se Valentine e foi inventada para ser utilizada em toda a parte, exceto no escritório. A sua finalidade não é evocar a monotonia das horas de escritório, mas fazer companhia aos poetas amadores, que cortejam as musas ao domingo no campo ou para decorar uma mesa de um estúdio, como objeto de cor viva."

Ettore Sottsass

Resumo

O objetivo deste trabalho foi investigar se, e como, o design se situa em um processo relevante nas relações entre tecnologia e mudança social, e como tais relações, por sua vez, condicionam a necessidade, o uso e a interface dos objetos. As bases para esta proposta foram principalmente, conceitos e ferramentas analíticas dos Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia, incorporando diagnósticos e análises sobre as formas contemporâneas do consumo, bem como as teorias e práticas no design de objetos, com foco em um estudo de caso, que aborda as transformações nas formas de se alimentar e nos utensílios de cozinha, com particular atenção para os talheres: garfo, faca e colher. A análise das transformações dos objetos técnicos de cozinha foi, portanto, embasada no estudo de modelos e estudo de casos dos *Science and Technology Studies*, mas inseridos no contexto da história e das teorias e práticas contemporâneas do design, como também, as interrelações com as mudanças sociais e as transformações na tecnociência. Do ponto de vista metodológico, este trabalho se constitui principalmente de uma análise comparativa, de cunho qualitativo, com base numa discussão e interpretação de material documental. Esta pesquisa possui interesse em duas vertentes. De um lado, representa um estudo de caso da sociologia do conhecimento e da sociologia da tecnologia, a partir de objetos de uso cotidiano, relativamente menos estudados pelos *Science and Technology Studies*. De outro lado, constitui uma janela de observação complementar para a sociologia do consumo e a teoria e prática do design.

Palavras-Chave: objeto técnico, design, talheres, consumo, mudança social.

Abstract

The objective of this study was to investigate whether, and how, the design is set as a relevant process in the relationship between technology and social change, and how these relationships, in turn, determine the need, the use and interface of the objects. The basis for this subject was mainly analytical concepts and tools of Social Studies of Science and Technology, incorporating diagnostics and analysis on contemporary forms of consumption, as well as the theories and practices in the design of objects, focusing on a study case, which deals with changes in ways of eating and cooking utensils, with particular attention to the cutlery: fork, knife and spoon. The analysis of the transformations of technical objects kitchen was grounded in the study of models and studies case of Science and Technology Studies, but within the context of the contemporary history and theories of design practices, but also the interrelations with the social changes and transformations in the technoscience. From a methodological point of view, this work is mainly of a comparative analysis of qualitative nature, based on a discussion and interpretation of documentary material. This research possesses interest in two ways. On the one hand, it is a study case of the sociology of knowledge and sociology of technology, from everyday objects, relatively less studied by Science and Technology Studies. On the other hand, constitutes an observation window for additional consumption sociology and design theory and practice.

Keywords: technical object, design, tableware, consumer, social change.

Sumário

INTRODUÇÃO	10
1 TALHERES E SUAS RELAÇÕES COM A FORMA DE ALIMENTAR	16
1.1 História social dos talheres – a faca, a colher e o garfo.	18
1.1.1 A faca	18
1.1.2 A colher	23
1.2.3 O garfo.....	26
2 ATORES SOCIAIS E EVOLUÇÃO DOS OBJETOS TÉCNICOS	33
2.1 Teoria Crítica da Tecnologia	38
2.2 Teoria SCOT: o papel dos atores na construção da tecnologia	40
2.2.1 Uma história Social da Bicicleta	42
2.3 Uma análise sociotécnica da evolução dos talheres	49
3 CONSUMO, SUBJETIVIDADES E TRAJETÓRIAS SOCIOTÉCNICAS.....	52
3.1 Design de Objetos	60
3.1.1 A industrialização e o surgimento do design	63
4 MOVIMENTOS GASTRONÔMICOS – NOVOS OBJETOS E NOVOS HÁBITOS ALIMENTARES.....	70
5 TALHERES CONTEMPORÂNEOS: DESIGN E TRAJETÓRIAS SOCIOTÉCNICAS	88
5.1 Considerações conclusivas	101
REFERENCIAS.....	103
APÊNDICE A: SELEÇÃO DE PARTES RELEVANTES DO CORPUS DE MATERIAIS E IMAGENS UTILIZADAS PARA ANÁLISE	109

Lista de Figuras

Figura 01: Relação de ferramentas cortantes e materiais utilizados.	19
Figura 02: Faca e bainha, França no início do século 19	22
Figura 03: Lígula do Império romano.....	24
Figura 04: Colher em bronze dourado	24
Figura 05: A coquearia romana.	25
Figura 06: Colheres de uso religioso.	26
Figura 07: Garfos moldados.....	27
Figura 08: Garfo com dois dentes.....	28
Figura 09: Garfo com dois dentes, e faca.	29
Figura 10: Garfo francês de aço.	30
Figura 11: Colher e garfo em encaixe	31
Figura 13: Drasiana.	43
Figura 14: A bicicleta “Velocípede”.	44
Figura 15: A bicicleta ordinaries ou penny-farthing.....	45
Figura16: Os não-usuários das Ordinaries	45
Figura 17: Mulheres em diversos usos da bicicleta.	46
Figura 18: A “Safety Bike”	47
Figura 19: Gráfico de análise	51
Figura 20: Embalagem e as marcas	56
Figura 21: Refrigerantes 7’up.	57
Figura 23: Produtos enlatados.....	58
Figura 24: Talheres descartáveis.	60
Figura 25: Utensílios de metal Arts and crafts.	66
Figura 26: Utensílios art nouveau.	67
Figura 27: Utensílios Art Deco.	68
Figura 28: Sistema Fast food.	74
Figura 29: Gráfico de análise.	77
Figura 30: Gráfico de análise.	81
Figura 31: Ambientes das cafeterias Lavazza.....	83
Figura 32: Ferran Adriá e sua equipe no restaurante El Bulli.....	85
Figura 33: Gráfico de análise.	87

Figura 34: Gráfico de análise	90
Figura 35: Gráfico de análise	93
Figura 37: Mulher novo ator social.....	95
Figura 38: Talheres art nouveau.....	95
Figura 40: Embalagens descartáveis.....	97
Figura 41: Talheres para contar calorias e consumo de sódio	98
Figura 42: Produtos que fazem uso de novos materiais e tecnologias	98
Figura 43: Produtos infantis.....	98
Figura 44: Facas da marca Ork.....	99
Figura 45: Talheres cozinha molecular	100

INTRODUÇÃO

As condições para o surgimento do design acontecem em determinado estágio da história do capitalismo e desempenharam papel vital na produção industrial e no consumo de massa. Trata-se, portanto, de uma atividade significativa, embora menos reconhecida e estudada, especialmente em seus aspectos econômicos e ideológicos. Pouca atenção foi dada ao entrelaçamento entre esse ofício e os modos e formas da ordem social, as transformações culturais e econômicas. Muito foi escrito sobre as relações entre o funcionamento da televisão, do jornalismo, da propaganda, ou mesmo, da ficção e a constituição de subjetividades, mas as relações entre a ordem social e a constituição de objetos técnicos, o uso de artefatos na vida cotidiana e seu design foram, comparativamente, menos investigados. Longe de ser uma atividade artística neutra, o design e os resultados alcançados pela ação do design estão ligados a fenômenos duradouros: o design de objetos dá formas tangíveis às ideias sobre quem somos e como devemos nos comportar.

Desse modo, questões relacionadas ao design, envolvem dinâmicas socio culturais envolvidas. As explicações devem se apoiar em como acontece à relação entre o artefato e determinados grupos sociais; entender sobre seu contexto, ambiente, suas dimensões materiais, históricas e culturais.

Este trabalho se baseia, principalmente, em conceitos e ferramentas analíticas dos Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia, incorporando diagnósticos e análises sobre as formas contemporâneas do consumo, bem como as teorias e práticas no design de objetos, focando em um estudo de caso: o das transformações nas formas de se alimentar e nos utensílios de cozinha, com particular atenção para os talheres: garfo, faca e colher. Nossa análise das transformações dos objetos técnicos de cozinha será, portanto embasada no estudo de modelos e estudos de casos dos *Science and Technology Studies*, mas inseridos no contexto da história e das teorias e práticas contemporâneas do design, para mostrar serão também as interrelações com as mudanças sociais e as transformações na tecnociência. Que tipo de características dos objetos técnicos é influenciado pelas ações sociais ou coletivas de atores e grupos sociais? Até que ponto a história cultural, a configuração social, as relações de poder moldam os objetos técnicos e sua forma, funcionalidade e aspectos estéticos? Até que

ponto uma inovação técnica e a estabilização de um objeto podem influenciar comportamentos e mudanças culturais? Como identificar tais tipos de processos na história e na forma atual das ações ligadas ao ato de alimentar, marcadas por aspectos rituais, culturais, econômicos?

Nossa hipótese principal é a de que nem o determinismo tecnológico, nem o determinismo social, explicam de forma adequada as relações entre transformações nos modos à mesa e nos utensílios. A tecnologia não tem um “impacto social”, direto, linear, de mão única na sociedade: um objeto, inovação técnica ou processo, raramente é a causa única, direta e inexorável de transformações sociais (embora certa divulgação e certa literatura acadêmica sobre os impactos da escrita, da imprensa, da máquina a vapor ou da pílula anticoncepcional, tenham frequentemente utilizado a retórica da “revolução” tecnológica e paradigmática). Também uma abordagem embasada no determinismo social não é suficiente para explicar as transformações dos utensílios e dos processos técnicos: reificar a “sociedade”, as “forças” sociais, culturais, econômicas, os “interesses” e o “poder” para mostrar como tais “fatores” determinam a forma, a função e os efeitos da tecnologia, é uma trajetória analítica que fornece apenas explicações parciais.

Na literatura antropológica e sociológica recente sobre ciência e tecnologia encontramos uma crescente reflexão teoria, e densas evidências empíricas, de que os processos mais relevantes, e mais interessantes, de entrelaçamento entre mudança técnica e social, não são de natureza linear ou unicausal: em muitos casos, emergem processos de mútua constituição da ordem social e natural, a ordem social tornando possíveis determinados regimes de visibilidade, determinadas classificações, determinadas “leis” e formas de estudar a natureza, e, ao contrário, certas configurações materiais (objetos, processos técnicos) condicionando modos e efeitos da ação social e do funcionamento das instituições. Há uma influência recíproca, afinidades eletivas, e coevolução, mas não relação de causalidade de mão única, entre objetos materiais e transformações sociais. Daí, a necessidades de olhar o conjunto, nos termos de processo e objetos “sociotécnicos”.

Nossa hipótese é a de que seja possível identificar parte de tais processos gerais através de estudos de caso específicos, não de grandes tecnologias “revolucionárias” (o carro, a televisão, a internet), e não tanto a partir de uma análise de instituições, políticas, esfera

pública, mas no contexto íntimo, cotidiano, e olhando para objetos humildes e aparentemente de escassa complexidade e pouca profundidade histórica, como os talheres de cozinha.

Analisaremos, portanto as relações entre processos conhecidos e estudados pelos Estudos Sociais da C&T e as transformações no consumo e no design de objetos. Buscaremos investigar se, e como, o design se situa como processo relevante nas relações entre tecnologia e mudança social, e como tais relações, por sua vez, condicionam a necessidade, o uso e a interface dos objetos.

Acreditamos que nossa pesquisa possua interesse em duas vertentes. De um lado, representa um estudo de caso da sociologia do conhecimento e da sociologia da tecnologia, a partir de objetos de uso cotidiano, relativamente menos estudados pelos *Science and Technology Studies*. De outro lado, constitui uma janela de observação complementar para a sociologia do consumo e a teoria e prática do design.

Entender as relações dos indivíduos com os diversos objetos é necessário ao desenvolvimento pleno da atividade de design: é imprescindível entender os aspectos e dimensões de um objeto diante de um determinado grupo social, não apenas aspectos ligados à funcionalidade e eficiência técnica do mesmo, mas também seu contexto de uso, envolvendo aspectos de status, culturais, morais, etc.. Compreender interações sociais e relações materiais de forma conjunta pode permitir entender melhor a criação de valor nos mercados atuais.

Se Zygmunt Bauman (2001) estiver certo quanto aos valores e à configuração das subjetividades no ocidente contemporâneo, o consumo é hoje uma das formas proeminentes de identificação dos indivíduos como sujeitos. A posse de objetos possibilita parte de constituição de uma identidade, e consumir constantemente se torna uma necessidade. Objetos duráveis passam a ser substituídos por produtos projetados para imediata obsolescência, e a própria subjetividade dos indivíduos passa a ser “líquida”, efêmera, em constante construção e no constante perigo de tornar-se inadequada, ultrapassada. O design pode tanto contribuir para acelerar a efermeridade e a “liquidez”, quanto trabalhar na contramão desses processos.

A sociologia da tecnologia pode contribuir com insights, conceitos e evidências empíricas para a nossa pesquisa. Por meio da análise de utensílios de cozinha, mais especificamente o garfo, a faca e a colher, será possível identificar as relações entre a sociologia da tecnologia e a teoria do design, bem como alguns aspectos do funcionamento da cultura e do capitalismo contemporâneos.

Do ponto de vista metodológico, nosso trabalho se constitui principalmente de uma análise comparativa, de cunho qualitativo, com base numa discussão e interpretação de material documental, coletado tanto a partir da revisão da literatura pertinente, quanto de nossa investigação e coleta de material atual. A obra de Norbert Elias (1994) foi utilizada, mas não lançamos mão aqui da complexidade da abordagem teórica eliasana, nem aprofundamos, neste texto, a discussão sobre processo civilizador: utilizamos a discussão em Elias principalmente como material documental para a história inicial e os primeiros desenvolvimentos dos talheres e dos modos à mesa. Os trabalhos de Dias Lopes (2007), Frugoni (2007) e Romagnoli (2009), entre outros, também foram utilizados para coleta de material documental, contexto histórico e imagens.

Paralelamente à pesquisa bibliográfica acima mencionada, e à coleta e categorização do material documental assim obtido, coletamos dados e imagens sobre os talheres contemporâneos a partir da busca e seleção de catálogos de venda, material textual (publicações, entrevistas publicadas, material publicitário, entre outros), além de imagens coletadas por meios impressos e digitais como parte, também, da construção da trajetória histórica e evolução do talher.

Focamos em particular na coleta e categorização de imagens. Com Jameson (2001), e outros analistas da contemporaneidade capitalista, acreditamos que a mídia e as imagens circulantes sejam hoje, mais que a palavra e o texto, sintomáticos e potentes elementos para entender e relação que as pessoas têm com espaço, tempo e consumo. A coleta de campanhas publicitárias, especialmente em seu aspecto visual, rendeu assim parte relevante de nosso material empírico como mostra um quadro sinótico com algumas das imagens e materiais mais relevantes utilizados na análise que se encontra no Apêndice A.

A seleção do corpus a ser analisado não foi feita, obviamente, via amostragem de cunho probabilístico, devido ao foco qualitativo e interpretativo de nossa análise. Foram

selecionados os materiais referentes às passagens históricas e bifurcações (do consumo, da técnica, etc.) mais relevantes para nossa análise (por exemplo, ligados ao *Slow Food* e a Gastronomia Molecular, como veremos). Selecionamos as imagens e textos (cerca de 50 páginas de materiais, sendo uma visão sintética destes apresentados em Apêndice) onde emergiam com evidência atores e grupos sociais cujas ações estavam entrelaçadas com transformações no design dos objetos, bem como as mensagens publicitárias das empresas de maior relevância no âmbito do design de objetos de cozinha.

A seleção apresenta empresas de maior porte e fama, como a *Alessi*, que comercializa uma enorme linha de produtos com apelo estético, mas fortemente apoiados na técnica e uso de materiais; a *LAVAZZA* um dos líderes mundiais no setor do café, com uma linha de produtos projetados dentro dos conceitos da cozinha molecular e um ambiente com forte apelo emocional; a empresa *ORK*, com características de um trabalho artesanal, ligada aos conceitos de *slow food* e cozinhas *gourmet*.

Marcas como a Coca-cola, a 7'Up, o Mc Donalds comercializaram produtos importante para nossa análise, porque estão fortemente ligados ao surgimento de novos nichos de mercado e à emergência de novos atores e grupos sociais, além do destacar-se pelo uso de novos materiais ou de inovar no uso de materiais já utilizados.

A escolha das imagens mais relevantes, principalmente dos talheres, foi feita de acordo com a relevância dentro das passagens históricas, e as fontes foram buscas, com técnica da bola de neve, em sites dos museus mais importantes, sites de colecionadores, entre outros. Já as imagens de talheres contemporâneos foram selecionadas a partir de coletas nos principais blogs de design, sites das maiores empresas e nos catálogos de cozinha molecular e *slow food*. O material assim coletado foi categorizado, de um lado, a partir da técnica padrão da análise do conteúdo (Bardin, 1977). De outro lado, a análise não foi embasada em um *codebook* qualiquantitativo da análise de conteúdo, mas, sim, pelos procedimentos propostos em duas abordagens teóricas distintas no âmbito dos STS:

- da teoria da Construção Social da Tecnologia (SCOT), desenvolvida por Trevor Pinch e Wiebe Bijker (1984): como veremos a seguir, os estudos de caso apresentados por tais autores, especialmente o da história da bicicleta, permitem analogias interpretativas com o

nosso caso, parecendo adequado usar a metodologia, por eles proposta, de busca de atores sociais relevantes e bifurcações nas trajetórias sociotécnicas;

- a Teoria Crítica da Tecnologia, de Andrew Feenberg (1991) que, como veremos, permite politizar as relações entre grupos sociais, transformações no mercado e tecnologia, e mostrar de que forma um objeto material pode incorporar não apenas aspectos culturais, representações e ações sociais, mas também relações de poder e ideologia, e não apenas em sua forma, mas no interior de seu próprio “código técnico”, que define critérios, aparentemente objetivos, de eficiência e adequação.

Mapeamos, então, uma linha histórica, na verdade um “arbusto” histórico, de bifurcações e múltiplos caminhos para a evolução dos talheres, e conectamos linhas e bifurcações com a emergência de processos sociais, o surgimento de novos atores, mudanças no capitalismo e no consumo de massa.

Verificou-se, portanto, a necessidade de reunir conceitos sobre objeto técnico, propostas por Gilbert Simondon; sobre modernidade e consumo “líquidos”, propostos por Zygmunt Bauman; a teoria de Construção Social da Tecnologia; além de teorias e metodologias sobre design.

O texto se divide em cinco capítulos. O capítulo 1 é reservado para uma pequena história social dos talheres e suas relações com a forma de alimentar. O capítulo 2 é dedicado à discussão sobre inter-relações e influências entre mudanças sociais e transformações tecnológicas. O terceiro capítulo aborda as discussões sobre os processos de mudanças sociotécnicas diante das transformações da modernidade. O capítulo 4 é reservado à discussão sobre novos contextos, novos objetos e hábitos alimentares na contemporaneidade. O capítulo 5 contém nossas análises e considerações finais.

1 TALHERES E SUAS RELAÇÕES COM A FORMA DE ALIMENTAR

A forma de alimentar é uma faceta importante da cultura. Segundo Fischler (2009), as verdadeiras mudanças conceituais e as inovações, muitas vezes, não são causadas pelos produtos tecnológicos ou pelos objetos técnicos em si, mas estão associadas às mudanças em estruturas e relações sociais entrelaçadas com as transformações tecnológicas, mudanças que, segundo o autor, passam despercebidas pelos próprios agentes. Transformações culturais e sociais podem estar entrelaçadas, historicamente, a mudanças nos ritos de convivialidade, nas regras alimentares, e, também, nos utensílios e ferramentas de cozinha e de mesa.

O historiador Carlos Roberto Santos (2006), por exemplo, mostra como o ato de alimentar é social, pois está ligado aos usos, costumes e protocolos. A formação do gosto alimentar e do comportamento referente à comida vão além do biológico e do nutricional. O alimento constitui uma categoria histórica, já que os padrões de permanência e mudanças dos hábitos e práticas alimentares têm referências na própria dinâmica social. Os alimentos não são somente alimentos.

Alimentar-se é um ato nutricional, comer é um ato social, pois constitui atitudes ligadas aos usos, costumes, protocolos, condutas e situações. Nenhum alimento que entra em nossas bocas é neutro. A historicidade da sensibilidade gastronômica explica e é explicada pelas manifestações culturais e sociais, como espelho de uma época e que marcaram uma época. Nesse sentido, o que se come é tão importante quanto quando se come, onde se come, como se come e com quem se come (SANTOS, 2006, p. 01).

Ao longo da história da alimentação compreende-se a inserção de hábitos alimentares nas formas de organização material e simbólica e nas manifestações do poder nas sociedades (Santos, 2006).

Autor central para o entendimento dessas transformações é Norbert Elias (1994), que compreende o “processo civilizador” como processo histórico em que, de maneira paulatina

e como resultado dos graus de interdependência existentes entre atores, e da configuração social instaurada na sociedade, os padrões sociais são transformados:

(...) planos e ações, impulsos (...) de pessoas isoladas constantemente se entrelaçam de modo amistoso ou hostil. Esse tecido básico, resultante de muitos planos e ações isoladas, pode dar origem a mudanças e modelos que nenhuma pessoa isolada planejou ou criou. Dessa interdependência de pessoas surge uma ordem *sui-generis*, uma ordem mais irresistível e mais forte do que a vontade e a razão das pessoas isoladas que a compõem. É essa (...) ordem social, que determina o curso da mudança histórica, e que subjaz ao processo civilizador (ELIAS, 1994, p. 194).

Novas regras de comportamento, por exemplo, podem ser estabelecidas na medida em que uma classe dominante pretende se diferenciar das outras, criando novos costumes que, em outro momento serão disseminados entre as classes inferiores, gerando, então, a necessidade de novas diferenciações.

A transformação do comportamento não ocorre isoladamente, mas de forma conjunta com a transformação das relações pessoais e dos modos de sentir, pensar e falar, resultando, assim, em mudanças nas atitudes e nos mecanismos de controle social.

Os comportamentos ditos “civilizados”, ainda de acordo com Elias (1994), são frutos de um longo processo social que afeta a linguagem, as formas consideradas adequadas para a interação social, bem como os modos à mesa, como, por exemplo, comer com talheres, usar guardanapos, cortar o pão com a faca e lavar as mãos antes de ir à mesa. Tais comportamentos nem sempre foram padronizados, ou considerados parte da etiqueta. Da mesma forma, beber no prato, arrotar ou devolver alimentos mastigados à travessa comum, nem sempre foi considerado posturas repugnantes como nos dias atuais.

Nesse contexto, um artefato pode surgir incorporando uma nova norma ou moda, auxiliando ou moldando um novo comportamento, sendo associado ao surgimento, ou contribuindo para a afirmação de novas manifestações culturais. Neste sentido, é coerente pensar em uma história social e uma sociologia dos talheres e de seu design.

1.1 História social dos talheres – a faca, a colher e o garfo.

Primeiro foi a faca, que a princípio tratava-se apenas de um instrumento cortante utilizado em várias situações. A colher, descendente da concha, invólucro natural dos moluscos, sucedeu a faca. O garfo, que surge como derivado dos espetos, foi o último utensílio a compor o trio (Dias Lopes, 2007).

José Antônio Dias Lopes (2007), jornalista e escritor, conta a história da gastronomia por meio da comida e a história da comida por meio da história da cultura. Descreve o surgimento dos talheres e a maneira como cumprem com as demandas de cada contexto social e cultural ao longo da história. Tais demandas vão além da pura função de alimentar, pois envolvem dinâmicas sociais de status e classe, bem como relações políticas e econômicas e a emergência de novos atores sociais. Novos talheres, e mesmo, modificações nos já existentes, vão acontecendo à medida que novas demandas e configurações surgem.

Como será possível ver, uma história dos talheres que leve em conta tal contexto histórico amplo permite uma análise sociológica de tais objetos técnicos, detectando atores e interesses sociais que contribuem para moldar os processos de inovação e transformação tecnológica e modificar aquilo que Andrew Feenberg (2002) chama de “códigos técnicos”.

1.1.1 A faca

As facas, analisadas por Dias Lopes (2007) como o mais antigo tipo de talher, tiveram sua versatilidade explorada por milênios. Foram usadas para cravar, desossar, cortar e picar. O instrumento cortante, próximo ao que é utilizado atualmente, surge na chamada Idade do Bronze (fig. 01), cujo surgimento varia de acordo com a região, partindo de 6.500 A.C.. Seu uso se disseminou rapidamente para diversas regiões e populações.



Figura 01: 1. Relação de ferramentas cortantes e materiais utilizados. 2. Exemplos da proto-história como um punhal de cobre, um machado de bronze muito pequeno e relativamente espesso, etc. Fonte: <http://pulcinella291.forumfree.it/?t=67539776>; <http://drjoseformosinho.blogspot.com.br/2012/06/o-bronze-mediterranico-do-museu.html>

Posidônio (apud Dias Lopes, 2007) conta detalhes de um grandioso festim realizado na Gália – antiga região da Europa Ocidental, onde hoje se localizam França, Bélgica, norte da Itália e oeste da Alemanha. As descrições apontam dezenas de animais abatidos e colocados inteiros sobre grelhas enormes. Ao serem consideradas prontas, apesar de parecerem cruas por dentro e queimadas por fora, os melhores pedaços eram disputados no braço pelos comilões.

Babitsch e Schiaffiano (1988 apud Dias Lopes, 2007) indicam que, até então, o talher praticamente se resumia à faca. Cada homem tinha a sua. O utensílio era transportado na cintura, às vezes em uma bainha paralela à da espada. Com uma das mãos, levava-se a carne até a boca; com a outra, empunhava-se a faca para cortar a carne junto aos dentes.

A faca é um utensílio que comporta variações de tamanho e formato conforme sua função. Ao longo do tempo, diversos usos e formatos foram agregados ao utensílio, por questões que envolveram a esfera da política, relações sociais, dimensões de gênero. A faca é um instrumento que, pela sua natureza perigosa, tende a ver seu uso associado a normas e rituais. Quando ganha o status de utensílio a ser utilizado à mesa, as proibições e restrições são inúmeras. Trata-se de um instrumento perigoso, e que, portanto, pode ser visto como associado ao poder. Pode ser usada como arma para atacar, ferir e abater. Seu uso, diz Elias (1994, p.129), não está ligado a questões “puramente funcionais”, mas carregado de significados simbólicos e emoções como prazer e medo: “De acordo com a estrutura de nossa sociedade, o ritual diário de seu uso é hoje determinado mais pelo desagrado e medo

do que pelo prazer que o cerca.” (IBID, 1994, p. 129). Sentimentos como medo, repugnância e culpa são alguns dos sentimentos que ancoraram as restrições para o utensílio ao longo do tempo.

Toda a transformação dos valores, ou dos bons modos, não ocorre de forma isolada, mas em conjunto com a transformação das relações pessoais e dos modos de ver, pensar e falar. Isso resulta em mudanças nas atitudes e mecanismos do controle das emoções, aos processos em geral de transformação da conduta e da estrutura afetiva, o que pode ser percebido, por exemplo, a partir de uma análise das transformações, ao longo do tempo, do pudor e da vergonha.

Tais padrões sociais, logo que se afirmam, passam a ser inculcados, inicialmente, por pressão ou imposição (a dimensão coercitiva dos fatos sociais), e, quando não seguidos, podem levar a sanções morais ou punições físicas. Posteriormente, entretanto, parte de tais padrões é naturalizada, e os indivíduos passam a atuar conforme determinadas normas por autocontrole internalizado, passam a aceitar determinado padrão de comportamento (por exemplo, à mesa) como o mais correto e “normal”. É neste sentido de desenvolvimento gradual de formas naturalizadas e internalizadas de autocontrole que Elias (1994) situa a ideia de uma sociedade “civilizada”.

Elias (1994, p. 129-135) descreve várias atitudes e comportamentos, com relação à faca, baseados em controle das emoções. O uso da faca deveria ser cauteloso, pois deveria ter atenção e não apontar a faca para o próprio rosto; quando passada para alguém deveria segurar-lhe a ponta e oferecer o cabo à outra pessoa; não era permitido pegar a faca com a mão cheia, pois este ato era interpretado como gesto para atacar o próximo e não era permitido segurar a faca por muito tempo, deveria apoiá-la na borda do prato.

Contam (Ribeiro, 1999; Elias, 1999) que o Cardinal Richelieu, primeiro ministro de Luís XIII, com o objetivo de coibir a violência à mesa, mandou adotar facas de ponta redonda, que eram oferecidas pelo anfitrião e não mais trazidas pelos comensais. Passaram, portanto, a servir apenas para comer e não mais prestavam para brigas.

Em contrapartida, Dias Lopes (2007) conta que de acordo com Antoine Furetière (1619-1688), o Cardinal Richelieu havia adotado o formato fino (antigo) para as pontas de suas

próprias facas, para uso pessoal e por motivos particulares. O Cardial teria mandado afinar a ponta de suas facas de mesa depois de ver seu chanceler limpar os dentes com o utensílio, por julgar tal gesto como “muito elegante” (IBID, 2007,p. 21).

Os manuais de etiqueta passam a mostrar variedade de formatos, ou seja, o tamanho e a ponta, além dos fios das lâminas, principalmente no advento do garfo. Para Moulin (2002) é nesse momento, quando o garfo passa a fazer parte dos utensílios à mesa, que a faca deixa de ser usada ocasionalmente para espetar bocados de comida e introduzÍ-los na boca.

Quanto aos manuais de etiqueta e sua relação com os talheres, eles surgem a partir do século XII, ainda fora do âmbito da literatura cortês propriamente dita. Segundo Daniela Romagnoli (2009), nesse período aparece textos normativos dedicados às boas maneiras que abrem grande espaço às regras de comportamento à mesa e por vezes, trataram exclusivamente dela. Algumas dessas obras tiveram sucesso durável e uma considerável difusão, que ultrapassaram fronteiras geográficas e sociais. “Na época em que surgem esses primeiros documentos, os utensílios de mesa não incluíam instrumentos de uso pessoal, com exceção da faca” (IBID, 2009, p. 501). Não havia, portanto, um lugar destinado exclusivamente às refeições. Para a autora, a ideia de “promiscuidade” vinha da falta de especialização de utensílios e espaços, da falta de autocontrole e autodomínio de gestos e comportamento. Assim, “o fio condutor da história das boas maneiras à mesa é o abandono da promiscuidade e da exibição de comportamentos grosseiros¹. Com efeito, desde as regras enunciadas no século XII até os manuais do século XVI, famosos e muito difundidos” (IBID, 2009, p. 501).

Seguindo nessa linha evolutiva, as facas chegam ao auge do refinamento na Idade Média e o Renascimento com a arte da Cutelaria já mais desenvolvida na Itália, Alemanha, França e Espanha. Quanto mais trabalhada, a faca, maior o status era conferido ao seu dono. Apesar de já existir a colher, nesse período, a faca tinha grande destaque no serviço à mesa. As lâminas tinham sua função prática, mas os cabos ficavam com as funções decorativas, religiosas e de status (Dias Lopes, 2007, p. 22).

¹ O que pode ser considerado grosseiro (termo usado pela autora) deve levar em consideração o conceito de “promiscuidade” proposto, também, pela autora (Romagnoli, 2009, p.501-503 In FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da alimentação**. 6. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2009).

Os cabos poderiam ser em ébano, marfim, porcelana da China ou cerâmica vidrificada de Delft, na Holanda, e ostentavam pedras preciosas. Personalizados com esculturas ou baixos-relevos, exibiam as armas dos proprietários, cenas históricas ou episódios bíblicos, (fig. 02). No século XIV, na França, os Reis usavam facas conforme o calendário religioso. As facas com cabos escuros, em ébano, durante a Quaresma, período de quarenta dias entre a quarta-feira de cinzas e o domingo de Páscoa; essa madeira combinada ao marfim, servia ao Pentecostes, festas católicas celebradas cinquenta dias depois da Páscoa, em comemoração à descida do Espírito Santo sobre os apóstolos (Dias Lopes, 2007, p. 22).



Figura 02: Faca e bainha, França no início do século 19: marfim, rubi, diamante, aço (dourado) e ouro esmaltado. Fonte: http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/35169?rpp=20&pg=1&ft=*&what=Diamond&pos=13

Diante da função prática das lâminas desenvolve-se a nobre e requintada arte de trinchar, realizada nos banquetes entre o final da Idade Média e o início da Idade Moderna. O trinchador, nessa arte, era um profissional que, geralmente, pertencia à nobreza e que era treinado para executar todo o serviço com elegância e destreza. Além de trinchar, era responsável por fatiar e servir pães, destampar empadões; cortar a carne, desossá-la e retirar os tutanos; porcionar os peixes e retirar as espinhas; partir frutas, verduras e servir tudo o que manuseava. Mas lidar com as carnes era a principal tarefa do trinchador.

As facas eram previamente afiadas e dispostas sobre a mesa conforme a ordem e os alimentos a serem servidos. Ele as pegava de acordo com a necessidade, sempre obedecendo a regras muito estritas o trinchador não podia tocar na comida com a mão direita. Deveria usar apenas o polegar, o indicador e o dedo médio da mão esquerda. A regra valia mesmo para assados enfiados no espeto ou peças de carne inteiras. Além disso, o trabalho não poderia acontecer apoiado na mesa; deveria acontecer o tempo todo no ar.

Entreter e maravilhar os espectadores tinha grande importância na arte de trincar. A técnica apareceu codificada em livros da época. Um deles foi publicado em Roma, em 1581, intitulado *Il Trinciante*. Escrito pelo trinchador de uma das famílias ducais mais ilustres da Itália, a do Cardeal Farnese (Dias Lopes, 2007, p. 132 e 133).

O trinchante precisava ter ‘sangue azul’, estar bem vestido, preferencialmente de branco, possuir barba aparada, unhas curtas, rosto e mãos bem lavados, anéis com pedras nos dedos. Era regra mais ou menos geral usar um chapéu, que retirava com elegância antes de entrar em ação, mas recolocava em seguida, porque a dignidade de sua função o tornava merecedor de igualdade perante os convidados à mesa (Dias Lopes, 2007, p. 134).

Na Espanha, o escritor Enrique de Aragón, Marquês de Villena, produziu em 1423 o manuscrito considerado fundamental para o nobre ofício. O material só foi editado em 1766. Seu conteúdo não descreve apenas as regras do ritual a ser cumprido pelo trinchador. Apresenta, também, de forma detalhada, a quantidade de louças, facas e demais instrumentos que deveria estar disposto na mesa do banquete para os convidados. Da forma da apresentação das comidas e da maneira de servi-la. Várias facas deveriam ficar disponíveis aos comensais e o material dos utensílios – ouro ou prata – era definido pelo status e necessidade de ostentação do anfitrião (Dias Lopes, 2007, p. 134).

1.1.2 A colher

As colheres estão entre os mais antigos utensílios alimentares. Segundo Dias Lopes (2007) são imprescindíveis à culinária, e “a peça mais inocente do talher” (IBID, 2007, p. 45). A maioria dos alimentos nos quais se faz uso da colher possui consistência pastosa ou líquida. Tais alimentos, por dispensarem a mastigação, atijam mais rapidamente às sensações gustativas. Diferente de outros utensílios, que na maioria das vezes precisaram ser construídos, diversos tipos de colher se originaram de invólucros naturais, como os moluscos. Elaborada primeiro em pedra e osso, depois em madeira e metal, é difícil precisar quando tal instrumento composto de concha e cabo se tornou obrigatório para os povos ocidentais. Há, contudo, evidência da colher nos banquetes da Roma Imperial. Estreou como parceira da faca como talher de mesa, embora as pessoas ainda usassem as mãos.

As colheres romanas assemelham-se às modernas. Dois instrumentos se destacaram: a *lígula* ou *língua*; e a *cochlear* ou *cochleare*. A *lígula* possuía numa extremidade uma espécie de pá oval. O cabo era reto ou curvo, às vezes terminava numa figura esculpida, como ilustra a (fig.03 e 04)



Figura 03: Lígula do Império romano do primeiro século d.c.: prata fusão / cinzelado. Coleção Fugini. Fonte: <http://www.lombardiabeniculturali.it/opere-arte/schede/5q020-00817/>



Figura 04: Colher em bronze dourado, liso do século VI d.c.: oval oca, com o cotovelo ao punho longo e fino, e extremidade pontiaguda. A forma é um compromisso entre coclear e lígula. Coleção Fugini. Fonte: <http://www.lombardiabeniculturali.it/opere-arte/schede/5q020-00817/>

Babitsch e Schiaffiano (1988 apud Dias Lopes, 2007) explicam que os romanos utilizavam a colher para mexer e servir molhos. Nessa mesma época, o *cochlear* era utilizado para se retirar da concha e comer um molusco, ou mesmo, para saborear ovo, alimento que os romanos apreciavam cru. Nesse utensílio, a pá era redonda e achatada; o cabo, reto e fino, retirava a iguaria de sua proteção nativa. No caso dos ovos, com a ponta do cabo quebrava-se a casca, com a pá completava-se a operação. Ao terminar de comer o ovo, a etiqueta recomendava destruí-lo com o *cochlear*. Assim, eliminava-se um dos prediletos esconderijos dos maus espíritos, (fig. 05).



Figura 05: Pontos vermelhos nas imagens marcam a cochearia romana. Fonte: <http://bloccs.xtec.cat/elfildelesclassiques/2012/02/26/cochlearia-romana/>

A palavra *cochlear* veio de *cochlea*, que significa caracol. Surgiram como evolução linguística o termo italiano *cucchiaio*, o espanhol *cucharra*, o francês *cuiller* ou *cuillère* e a portuguesa colher. Babitsch e Schiaffiano (1988 apud Dias Lopes, 2007, p. 46) conta que do *cochlear*, surgiram formas diferentes e requintadas. Esses talheres passaram a ter derivações com ligeira curvatura na metade do cabo, que permitia apoiá-los em alguns utensílios de mesa, nos intervalos ou finais dos banquetes. Já outras derivações dispunham de ponta dupla numa extremidade, para espetar certas preparações, compensando a inexistência do garfo. Tal ponta, também, se prestava à limpeza dos dentes durante os banquetes, o que não era inadequado ou espantoso.

Dias Lopes (2007) conta que nesse período surge, também, além do *cochlear*, o colherão. Esse instrumento foi usado, principalmente para preparar e servir os alimentos nos banquetes. Quando trazido aos salões os alimentos podiam ser servidos tanto pelos funcionários encarregados, quanto pelos próprios comensais, tudo conforme a etiqueta recomendava. Os demais alimentos que não precisavam do colherão, geralmente, os comensais pegavam com as mãos. No Brasil, o colherão ficou conhecido e usado como concha. O *Cyathus*, nesse mesmo período, tinha a concha com capacidade aproximada para meio litro. Empregaram-no para despejar vinho nos copos.

Babitsch e Schiaffiano (1988 apud Dias Lopes, 2007) apontam que com a difusão do cristianismo, o *cochlear* ganhou forte função como instrumento litúrgico, convertendo-se na “colher da consagração”, (fig. 06). No rito católico Greco-oriental, ainda exerce essa função.

Mas o *cochlear*, assim como a colher moderna teve seu principal uso na culinária. Ambos são instrumentos versáteis que permitem um amplo conforto por serem capazes de auxiliar em diversas tarefas como misturar, mexer, servir e levar à boca diversos alimentos operando trabalho inviável com a faca ou o garfo.



Figura 06: Colheres de uso religioso. 1. Topo coroadado, século XVI. Suécia. Colher de prata forjada. 2. Colher de marfim esculpido, Flamengo, início do século 17. 3. Colher do apóstolo, Inglaterra. Prata e dourado parcial. 4. Colheres de apóstolos inglesas em prata forjada, feitas por Josias Williams & Co George Maudsley Jackson, Londres 1883 e 1887. Fonte: <http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online>; <http://www.rubylane.com/item/656453-r1346/English-Sterling-Silver-2-Large>

A colher teve seu uso sempre ligado principalmente a questões funcionais. Mesmo quando ganhou uso religioso, ou recebeu a contribuição de novos atores, se mantém próxima de sua função primária. O refinamento do seu uso à mesa, como mostra Elias (1994), esteve, em grande parte, diretamente ligado aos outros utensílios como o garfo e a faca. Há, ao longo do tempo, a divisão nas suas funções, em que várias colheres com tamanhos e formatos diferenciados fazem a ação de uma colher.

1.2.3 O garfo

O garfo foi o último utensílio incorporado ao trio de talheres. Foi considerado um utensílio dispensável por nobres e plebeus até o séc. XVIII. “As pessoas comiam com as mãos, usando a faca para trincar grandes peças de carne e a colher para caldos” (Dias Lopes, 2007, p. 138). O garfo, quando ganha espaço à mesa, recebe algumas das funções que antes eram dadas à faca.

Até o século XI, o mais usual era comer com as mãos e a forma como isso acontecia, era um dos indicadores das relações de status e classe social. Por exemplo, diferenças sociais eram percebidas de acordo com a quantidade de dedos que se usavam para levar os alimentos à boca. Os nobres não deveriam sujar o dedo anular ou o mindinho. Por esse motivo, usavam apenas, três dedos.

Dias Lopes (2007) descreve que os primeiros registros do uso do garfo na Europa, mais precisamente, em Veneza, datam de meados do século XI. A princesa Teodora, filha de Constantino XI (Imperador do Oriente), que havia chegado de Constantinopla para se casar com Domenico Silvio, o Doge – primeiro magistrado supremo nas antigas repúblicas italianas – da rica e poderosa Veneza, trazia um garfo de ouro com dois dentes em seu enxoval. Ela o usava para espetar os alimentos e levá-los até a boca. Dessa forma, comia frutas cristalizadas sem melar as mãos, (fig. 07 e 08).



Figura 07: Datam do oitavo ao nono século, são garfos moldados em bronze, encontrados na região do atual Irã. Fonte: http://www.slate.com/articles/arts/design/2012/06/the_history_of_the_fork_when_we_started_using_forks_and_how_their_design_changed_over_time_.html



Figura 08: Garfo com dois dentes, século XV. Ferro liga de cobre, parcialmente dourada. Fonte: <http://images.metmuseum.org/CRDImages/md/original/L1996-64-1s5.jpg>

O utensílio da princesa provocou grande polêmica diante dos membros da Igreja, que consideraram o objeto ligado a algum tipo de “perversão diabólica” (Frugoni, 2007, p. 107), por ser semelhante ao forçado segurado pelo demônio na iconografia clássica católica. A função do garfo foi, também, motivo de crítica: membros da Igreja afirmavam que o alimento era uma dádiva de Deus e, portanto, deveria ser segurado diretamente pelas mãos do homem, sem o auxílio de utensílios.

A princesa Teodora argumentava que o garfo era generalizado no Império do Oriente, tão cristão quanto Veneza, mas não obtinha sucesso. Anos depois, ela morreu de peste. Os moralistas interpretaram seu fim como um castigo divino (Dias Lopes, 2007, p. 141).

Frugoni (2007) descreve uma passagem de São Pedro Damião, diante da postura da princesa Teodora, que usava garfo e cercava-se de refinamento, tentando tornar mais gentis as maneiras do Ocidente:

Não tocava os acepipes com as mãos, mas fazia com que os eunucos lhe cortassem os alimentos em pequenos pedaços. Depois mal os saboreava, levando-os à boca com garfos de ouro de dois dentes. A morte terrível da jovem, cujas carnes gangrenaram lentamente, foi vista como justa punição divina para tão grande pecado São Pedro Damião (apud Frugoni, 2007, p. 108).

O intenso contato comercial de Veneza com o resto do mundo, nesse período, a convertera numa cidade cosmopolita e receptiva às novidades. Algum tempo depois da grande novidade trazida pela princesa Teodora, a população local assimilou o garfo. Por outro lado, tudo o que Veneza adotava, virava moda nas cortes de Milão e Florença, terra natal de Catarina de Médici, (fig. 09), mostra exemplo do talher. Dessas cortes, seguiu para o resto da Europa o costume de comer com o garfo, (Dias Lopes, 2007, p. 141), embora de forma lenta.



Figura 09: Garfo com dois dentes, e faca. Cabo de coral, século XVI, Veneza. Fonte: <https://www.pinterest.com/pin/115756652893977882/>

Ana da Áustria (1601-1666), esposa de Luis XIII, rei da França, foi uma mulher requintada, mas usava as mãos para levar o alimento à boca. Seu filho Luís XIV (1638-1715), rei da França, foi um homem, também, requintado. Quando se sentava à mesa pedia por serviço formal, embora, também, utilizasse as mãos para se alimentar. Apenas nos últimos anos de seu governo, pressionado por protocolos e etiqueta, usou o garfo em refeições mais solenes. O imperador Napoleão Bonaparte (1769-1821) usou as mãos para se alimentar até a época de sua autocoroação, em Paris, quando passou a usar o garfo nos banquetes oficiais (Dias Lopes, 2007, p. 138).

Algumas pessoas tentaram introduzir o garfo em diferentes ocasiões e contextos. Uma delas seria a Catarina de Médici, sobrinha do papa Clemente VII, pertencentes à família que dominou Florença por aproximadamente três séculos. Na primeira metade do século XVI, ela casou com o futuro rei francês Henrique II, e chegou ao país de seu esposo com o talher completo. O garfo era utensílio corrente na corte italiana, em que Catarina havia sido educada. Na França, as pessoas receberam o talher com estranhamento. A novidade foi considerada uma sofisticação desnecessária e para os cozinheiros, seu metal interferia no sabor dos alimentos (Dias Lopes, 2007, p. 141).

No final do século XVI, Henrique III, filho de Catarina de Médici, atrapalhou a aceitação do garfo por parte dos franceses. Ele se tornou um adepto do uso do utensílio após um grande banquete oferecido a ele em Veneza, onde todos manuseavam o garfo. De volta à França,

tentou obrigar a sua corte a fazer o mesmo, (fig. 10) mostra um exemplo do utensílio. Henrique III assumiu o trono da França em 1574, com a morte de Carlos IX, por não haver outro sucessor familiar. Extremamente apegado à mãe, esquivava-se das moças e andava cercado por rapazes. Revelou-se um rei incapaz e várias inovações que tentou implantar no país foram consideradas “afeminadas” (p. 139) e recusadas. O garfo foi uma delas (Dias Lopes, 2007).



Figura 10: Garfo francês de aço. O cabo com madrepérolas. Datado do fim do século XVI e início do século XVII.
Fonte: http://www.slate.com/articles/arts/design/2012/06/the_history_of_the_fork_when_we_started_using_forks_and_how_their_design_changed_over_time_.html

A ausência do garfo na mesa dos franceses não indicava descaso com a etiqueta. Jean Suplice (apud Dias Lopes, 2007) ensinava as pessoas a comer sem o utensílio. Uma regra importante apontava que as mãos não deveriam permanecer muito tempo dentro do prato, por ser deselegante. Erasmo de Rotterdam (2002), filósofo humanista no período do renascimento, autor do *Elogio da Loucura* escreveu sobre a grande incivilidade em se lamber os dedos engordurados durante, ou mesmo, após as refeições. Mais honesto, seria, limpá-los na toalha².

Os portugueses só começaram a usar o garfo a partir de 1836, quando a rainha D. Maria II filha do imperador D. Pedro II, casou em segundas núpcias com o príncipe Fernando de Saxe-Coburgo-Gotha, que convenceu a esposa a adotar a novidade. Os ingleses, até o início do séc. XVII desconheciam o utensílio e se surpreenderam ao descobrir o garfo na Itália. O utensílio começou, lentamente a ser adotado, quando perceberam que os italianos se

²O guardanapo individual surge com os antigos romanos, mas, com a queda do Império, as peças caíram em desuso, até reaparecerem para desempenhar sua função à mesa dos grandes banquetes no séc. XVI. No início, houve dificuldade em compreendê-lo. Algumas pessoas utilizavam o guardanapo para limpar o nariz; já outros, levavam para casa restos de comida embalados no guardanapo (Dias Lopes, 2007, p. 128-130)

serviam sempre de um pequeno instrumento para comer e que consideravam uma ofensa às regras da boa educação tocar a carne com os dedos. Nesse momento, o garfo era utilizado por toda a Itália e era, geralmente, de ferro ou aço; os nobres o usavam de prata, (Dias Lopes, 2007; Romagnoli, 2009).

Quando, no século XVIII, o uso do garfo havia se difundido por toda a Europa, a nobreza francesa, em seu afã por distinguir-se, incrementou seu uso convertendo-o em símbolo de luxo e categoria. O utensílio era comum, nesse período, também, entre os membros do clero, que já não o viam mais como uma perversão. Ao contrário, a Igreja, nesse momento, passou a considerar proibido tocar a comida, mesmo com três dedos.

Não se tem ao certo quando surgiu o terceiro dente do garfo, instrumento descendente do espeto. O quarto dente surgiu apenas no fim do século XVII, (fig. 11)



Figura 11: 1. Colher e garfo em encaixe, provavelmente, 1624 Amsterdam, Holanda. Prata. 2. Garfo de mesa, metal e marfim, século XVII Fonte: <http://metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/188155>; <http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/187415?rpp=20&pg=4&ft=forks&pos=79>

De acordo com uma das versões, tal inovação teria surgido no Reino de Nápoles. Na Itália, apenas os napolitanos não se rendiam ao utensílio e continuavam a comer com as mãos. Para eles, os fios longos da massa escorregavam dos garfos com dois ou três dentes:

O rei de Nápoles, Fernando II de Bourbon, destronado em 1860, adorava espaguete, mas o comia escondido. Ele detestava ser visto com os dedos na massa. Os napolitanos, então, afirmam que a ideia de acrescentar o quarto dente foi do despenseiro do rei Fernando II (Dias Lopes, 2007, p. 142).

No século XIX, a sofisticação diante dos talheres havia tomado tanta relevância, que os jogos de talheres incluíam dezenas de peças especializadas, dentre as quais, havia pelo menos quatro garfos diferentes. O uso de todas as peças em um evento demarcava o status social do anfitrião (Dias Lopes, 2007).

O garfo nada mais é que a corporificação de um padrão específico de emoções e um nível específico de nojo. Por trás da mudança nas técnicas à mesa ocorridas entre a Idade Média e os tempos modernos, reaparece o mesmo processo que emergiu na análise de outras explicitações desse mesmo processo: uma mudança na estrutura de impulsos e emoções (Elias, 1994, p. 133).

Por fim, o garfo foi assimilado e passou a ser considerado algo natural e comum nas sociedades européias, até o ponto em que comer com as mãos não era mais considerado natural. A trajetória desses utensílios (o garfo, a faca e a colher), demonstra a complexidade do desenvolvimento de uma trajetória sociotécnica, os múltiplos fatores que influenciam a mudança em objetos técnicos, o entrelaçamento com aspectos sociais, morais, dinâmicas políticas e econômicas.

Portanto, tais artefatos (utensílios) não podem ser tratados isoladamente, tendo diante de suas relações culturais, quanto de sua dependência de outros utensílios, como a faca e a colher, uma espécie de articulação funcional.

2 ATORES SOCIAIS E EVOLUÇÃO DOS OBJETOS TÉCNICOS

A discussão sobre as inter-relações e influências mútuas entre mudanças sociais e transformações tecnológicas é talvez uma das mais antigas na sociologia e na antropologia, e não é nosso objetivo aprofundá-la aqui. Bastará lembrar ao leitor a centralidade (e as múltiplas, complexas interpretações) da ciência e da tecnologia, por exemplo, nas teorias marxistas.

De um lado, *O Capital* (bem como importante fragmento nos *Gründrisse*) enfatiza o lugar privilegiado que a inovação tecnológica tem no mundo capitalista, em termos de exploração da força de trabalho. Na fábrica, o trabalhador já não se serve da máquina, como no passado o artesão se serviu de ferramentas para executar suas atividades. A relação foi invertida e a máquina é que “se serve” do trabalhador (Marx, 1984, p. 43). De outro lado, a inovação tecnológica, no pensamento marxiano, é central para compreender em geral a mudança social, e para entender as transformações rumo a uma sociedade sem classes (e sem Estado).

O funcionamento da infraestrutura social, animada pelas relações dialéticas entre forças produtivas e relações de produção, é profundamente entrelaçado com os processos de inovação tecnológica (McLellan, 1990, p. 51). A ciência, por sua vez, possui um papel que gerou extensas discussões em âmbito marxista, por ter um lugar ambíguo, ora superestrutural (o mundo das ideias) ora estrutural (o conhecimento como força produtiva):

De modo geral, parece que devemos chamar de infraestrutura: a economia, em particular as forças de produção, isto é, o conjunto do equipamento técnico de uma sociedade, e também a organização do trabalho. Mas o equipamento técnico de uma civilização é inseparável dos conhecimentos científicos. Ora, estes parecem pertencer ao domínio das ideias ou do saber, e estes últimos deveriam estar ligados, ao que parece, à superestrutura, pelo menos na medida em que o saber científico está, em muitas sociedades, intimamente ligado aos modos de pensar e à filosofia (Aron, 1999, p. 171).

Para Émile Durkheim, apenas para mencionar mais um pensador das transformações sociais modernas, a tecnologia também representa um elemento relevante de análise, para se

entender, por exemplo, as transformações nas formas de solidariedade social: a sofisticação e especialização crescente na divisão do trabalho social, entrelaçada, de um lado, com o aumento da densidade populacional, e, de outro, com as inovações técnicas não somente em âmbito produtivo, mas especialmente das formas e meios de comunicação, está, no pensamento durkheimiano, como um dos fatores centrais na transformação de sociedades simples em complexas (Durkheim, 1999; Aron, 1999, p.287).

Por fim, o pensamento de Max Weber está atravessado, em quase todos seus momentos e aspectos, pelas discussões sobre as condições de possibilidades, os efeitos desejados e indesejados, e as configurações cristalizadas devido ao desenvolvimento técnico-científico ocidental, bem como seu entrelaçamento e suas afinidades eletivas com formas de disciplinar o corpo e alma e com modos de funcionamento da ascese e da experiência religiosa em geral: baste lembrar as discussões weberianas sobre disciplina, racionalização, desencantamento e “desmagificação”, bem como a discussão sobre o funcionamento da burocracia e, em geral, sobre a ‘tecnicização’ da tomada de decisão política no ocidente moderno e a ‘cientificização’ da vida.

Em âmbito filosófico, a reflexão sobre inter-relações entre subjetividade, mudanças sociais, política e técnica também é antiga, demasiado extensa para ser resumida aqui. Vale, contudo, a pena lembrar, sucintamente, das contribuições do filósofo da técnica francês Gilbert Simondon, pois possuem pontos de contiguidade com nossa abordagem teórica.

Para Simondon (2007), dimensões sociais, psíquicas e físico-biológicas da vida humana existem em um processo de coevolução, ou, melhor, de constituição mútua, com a constituição e evolução dos objetos técnicos, embora o modo de existência dos objetos técnicos possua especificidades que o distinguem profundamente dos demais modos de existência. As formas de individuação afetam tanto a constituição de indivíduos humanos, como a de grupos sociais e a daqueles que o filósofo chama de elementos técnicos, indivíduos técnicos e conjuntos técnicos.

Assim, sendo, a técnica é, para Simondon (2007), um modo cultural de ser no mundo, e os objetos técnicos possuem uma gênese difícil de fixar em termos de causalidades lineares (uma origem, uma causa, um efeito), pois a individualidade dos objetos técnicos se modifica no curso de sua gênese, por processos de *feedback* e de alteração mútua entre elementos,

indivíduos, conjuntos e *milieu*, o “meio” onde os processos de individuação ocorrem: resultados funcionalmente parecidos podem ser obtidos a partir de estruturas muito diferentes em momentos diferentes, enquanto que bifurcações das trajetórias tecnológicas, e concretizações muito diferentes de objetos técnicos podem derivar de um mesmo indivíduo técnico inicial.

Como os estudos seminais de Gilbert Simondon demonstraram, a trajetória de muitos objetos técnicos é caracterizada não tanto por um progressivo aumento de eficiência do objeto como um todo, quanto por uma tendência do objeto (o “indivíduo técnico”) a se tornar cada vez mais fortemente dependente de, e integrado com, suas partes (“elementos técnicos”) e interagente com o contexto e a rede (composta por humanos e outros objetos técnicos e seus processos e interações): o “milieu”, ou meio ambiente. É uma espécie de articulação funcional em que os componentes, as funções, as concepções de um objeto se tornam cada vez mais sinérgicas e sintéticas, graças a ciclos de retroalimentações das partes com o objeto e do objeto com seu ambiente (Campos e Chagas, 2008).

O objeto técnico fruto desse tipo de transformação (que Simondon chama de processo de “individuação”) resulta em um corpo ajustado, “concretizado”, adaptado a seu meio ambiente, cada vez mais miniaturizado e reticular, que guarda algumas semelhanças (mas também notáveis diferenças) com os seres vivos: sua constituição integrada e sinérgica o deixa ao mesmo tempo, adaptado a seu meio ambiente e aberto para novas conceituações e transformações (Campos e Chagas, 2008).

Quando um objeto técnico é inserido plenamente em um determinado padrão cultural, pode se ver atribuídos valores e significados alheios ao propósito primário para o qual foi criado inicialmente. Outros usos e funções emergem, por exemplo, ligados ao contexto simbólico (status, poder e realizações pessoais ou profissionais) em que o objeto está situado.

A evolução dos objetos técnicos, assim, nunca é completa, e nunca é unívoca, pois o objeto é aberto a intervenções e modificações, que o “concretizam” em uma, ou outra direção. Esta é uma condição que está cada vez mais, relacionada à contemporaneidade. A evolução do objeto se confunde cada vez mais com o meio social e cultural; e as transformações nas subjetividades, nas relações sociais e nos grupos, que se confundem cada vez mais com as

tecnologias desenvolvidas e utilizadas em cada época. Os desvios de função das tecnologias são fonte, ao mesmo tempo, de inovação técnica e mudança sócio-cultural.

Se, de um lado, a sociologia, a antropologia, a filosofia em geral dedicaram grande atenção, especialmente no século XX, ao tema da técnica, de outro lado o campo interdisciplinar dos Estudos Sociais de C&T, surgido a partir destas inquietações a partir das décadas de 1970 e 1980, acumulou evidências empíricas das inter-relações e retroalimentações complexas entre produção de conhecimento, inovação tecnológica e transformações sociais. Muitos são os estudos de caso que demonstram que a evolução técnica de um objeto não depende apenas do funcionamento do objeto em si, de sua eficiência, do desenvolvimento das possibilidades tecnológicas, mas está também profundamente ligada às maneiras como o objeto técnico funciona (desempenha uma função) em uma determinada sociedade, de como se insere em uma determinada cultura, de qual é seu significado para os grupos sociais que dele se servem.

As transformações dos utensílios de cozinha, esboçadas no capítulo anterior especialmente a partir do uso do material historiográfico coletado por Elias, Dias Lopes e Frugoni, representam um excelente estudo de caso, em que está evidente tanto a complexidade das trajetórias dos objetos técnicos, quanto à rede de atores e elementos que afetam a transformação da forma, da função e das regras de uso de objetos. Como visto no capítulo anterior, comer com as mãos era considerado algo natural e comum às sociedades européias até que o clero e nobres, ao longo da Idade Média, começaram a incentivar o uso do garfo para espetar pedaços de alimento no prato e levá-lo à boca (Dias Lopes, 2007). O garfo, que até aquele momento havia sido usado em situações isoladas por rainhas ou membros da nobreza, havia sido condenado pelo clero como algo demoníaco porque sua forma e função lembravam o instrumento do demônio (Frugoni, 2007) passou, por fim, a ser algo natural e comum nas sociedades européias.

A evolução de tal artefato não foi, portanto, em nada inevitável, tampouco “natural”, muito menos unívoca: não houve uma lógica interna imanente (seja a de alguma eficiência técnica, ou aperfeiçoamento) que impulsionou a trajetória de tais objetos em uma única direção. Houve não uma linha, nem uma linhagem evolutiva, mas um arbusto feito de bifurcações, inovações, futuros possíveis. Algumas das linhagens se extinguiram, outras permaneceram

até hoje, não por serem intrinsecamente melhores, mas devido a um conjunto de fatores, pressões, demandas e contingências, tal como, por exemplo, a entrada em cena dos napolitanos e sua parcial contribuição para a transformação do garfo em ferramenta com quatro dentes, ferramenta, agora, cuja função não é apenas a de ser enfiada em comidas firmes, mas de ser usada também para enrolar *spaghetti*.

Assim, os objetos técnicos não devem ser entendidos como resultado de processos evolutivos simples, lineares, que vão do rudimentar para o complexo, ou do imperfeito para o sofisticado e eficiente. Eles não se desenvolvem apenas de maneira contínua, gradual, nem somente por meio aperfeiçoamento técnico. A história da técnica não é uma história de constantes melhorias, de possibilidades múltiplas, de forma que se extinguem e que, eventualmente, ressurgem posteriormente, ressignificadas. Também, não se podem tratar os artefatos tecnológicos como objetos isolados, que obedecem a uma lógica interna, técnica ou científica: eles são produtos de sociedades e culturas específicas, suas transformações dependem de fatores complexos, e, por sua vez, quando uma tecnologia se afirma, ela influencia, às vezes de forma poderosa, relações sociais, dinâmicas políticas e econômicas.

Neste capítulo, serão exploradas apenas duas das teorias desenvolvidas para o estudo sociológico das mudanças tecnológicas. São elas a Teoria Crítica da Tecnologia (TCT) e a *Social Construction Of Technology* (SCOT).

Tal recorte é, obviamente, fortemente limitado, como é inevitável em uma dissertação de mestrado (não entraremos, por exemplo, em maiores detalhes na abordagem simondoniana, nem trataremos de uma das abordagens de maior impacto nos últimos anos, a Teoria Ator Rede, TAR). A escolha foi direcionada principalmente pelo objeto empírico e pelos objetivos da presente dissertação: ao focalizar nas transformações da gastronomia e dos utensílios de cozinha, os estudos clássico de Pinch e Bijker, no âmbito da SCOT, possuem particular afinidade com nosso objeto de pesquisa, por tratar das relações entre transformações de tecnologia de uso comum e cotidiano e atores sociais “leigos”. Por outro lado, as contribuições da Teoria Crítica da Tecnologia, ao politizar as transformações tecnológicas e ao mostrar como uma tecnologia incorpora, de forma tácita ou explícita, interesses e relações de poder, ajuda a complementar a análise, especialmente no que se

refere ao consumismo e capitalismo a partir do século XX. Não tendo nosso trabalho como objetivo focar na resolução de controvérsias, em interrelações entre atores humanos e não humanos, e na estabilização dos objetos, e não pretendendo construir uma abordagem etnográfica, decidimos não embasar nossa análise na Teoria Ator Rede, nem entrar em uma análise simondoniana, mais filosófica, embora ambas tenham sido levadas em conta em diversos momentos da categorização e interpretação do material analisado.

Mostraremos aqui, portanto, como a SCOT e a TCT auxiliam a construção de ferramentas analíticas para nosso estudo de caso. E, nos capítulos a seguir, completaremos nosso cenário analítico a partir de uma breve revisão teórica de outras duas dimensões importantes dos processos aqui estudados: as transformações no consumo de massa e um recorte das trajetórias do design na contemporaneidade.

2.1 Teoria Crítica da Tecnologia

Andrew Feenberg (2010), filósofo da tecnologia e pioneiro da Teoria Crítica da Tecnologia, incorpora e complementa, de um lado, aspectos da análise simondoniana sobre a tecnologia, e, de outro, as teorias construtivistas, ampliando o foco da análise para o entrelaçamento entre objetos técnicos e ideologias, interesses sociais, relações de poder. Adepto do chamado *empirical turn*, que levou a filosofia da técnica em territórios contíguos aos da sociologia, da história e da antropologia da tecnologia (o caldeirão dos *Science and Technology Studies*), Feenberg, com base em uma impressionante quantidade de estudos de caso históricos e dados empíricos, mostra de que forma escolhas e trajetórias tecnológicas podem ter que se ajustar a imperativos e lógicas de ordem social e econômica: em muitos casos, demonstra Feenberg, uma tecnologia não apenas é utilizada ou aperfeiçoada com base em demandas econômicas ou relações de dominação, mas incorpora as mesmas, de forma implícita e tácita em seu próprio “DNA”, isto é, em seu “código técnico”. A própria noção de eficiência de um objeto e a forma de avaliar eficiência, que norteia a evolução de uma tecnologia, também é variável que dependem dos interesses em jogo, da ideologia e dos valores dos indivíduos.

Para Feenberg (2010), portanto, a tecnologia não é um mero instrumento, uma ferramenta, e não é neutra com respeito a valores. Por outro lado, a tecnologia tampouco seria, por sua

essência, associada a determinado projeto de dominação do homem ou da natureza. A Teoria Crítica da Tecnologia se afasta tanto das teorias de determinismo e substantivismo tecnológico (a tecnologia é autônoma, evolui com base em sua lógica interna e afeta a sociedade), quanto do instrumentalismo (que vê a técnica como neutra, apenas um conjunto de instrumentos que podem ser usados para o bem ou para o mal). Na TCT, a tecnologia não constitui uma entidade autônoma, não é apenas um meio e tão pouco um fim, mas um cenário de luta (Feenberg, 2002). Todo objeto técnico está associado a certa “margem de manobra”, um campo de luta político e epistêmico, segundo o filósofo, que não se resume a seu uso (para o “bem” ou para o “mal”) após ser desenvolvido, mas na própria maneira de conceber, modular, adaptar e adaptar-se, à tecnologia.

Ao conceituar os objetos técnicos como objetos também sociais, o filósofo introduz a noção de um “código técnico” que, em um cenário de embates sociais e político, permite que as tecnologias absorvam em seus próprios critérios de propósito e de eficiência, as regras do jogo de determinado momento social. Por exemplo, sistemas de tipo capitalistas tendem a implementar tecnologias e processos organizacionais que reproduzem estruturas sociais hierárquicas e centralizadas e, de modo geral, reforçam, em nome da eficiência, o controle, a disciplina, a vigilância e a padronização (Feenberg, 2002). Por isso, a importação “neutra” de tais tecnologias em um contexto não capitalista (por exemplo, no processo de industrialização acelerada da União Soviética), não garante um uso “revolucionário” da tecnologia porque acarreta, de acordo com o filósofo, limitações importantes inerentes ao código técnico com base na qual a tecnologia foi desenvolvida.

O código técnico – conjunto de regras socialmente estabelecidas, ideológicas, que automatizam o desenvolvimento da tecnologia estabelecendo uma forma padronizada de enxergar os problemas e as soluções técnicas (Feenberg, 1991) – molda a lógica por meio da quais elementos técnicos são concatenados, definindo os pressupostos a que os artefatos constituídos devem seguir. Qualquer ideia que não estiver alinhada com esses pressupostos tende a ser vista como inviável, ou ineficiente, pelos especialistas responsáveis pelo seu desenvolvimento.

Desta maneira, os códigos técnicos atuam de forma invisível, capazes de materializar valores e interesses em regras, procedimentos, equipamentos e artefatos que acomodam rotinas e

tornam natural o exercício do poder e da hegemonia, por parte dos grupos dominantes (FEENBERG, 2002).

2.2 Teoria SCOT: o papel dos atores na construção da tecnologia

A importância dos interesses, dos grupos de atores envolvidos, como uma determinada tecnologia (usuários, públicos alvo, ou, em geral *stakeholders*) em determinar suas trajetórias também é o foco da teoria de Construção Social da Tecnologia (SCOT, no acrônimo inglês), desenvolvida a partir da década de 1980 por diversos autores, particularmente, seus fundadores Trevor Pinch e Wiebe Bijker.

Partindo do conceito de flexibilidade interpretativa, desenvolvido no contexto da Sociologia do Conhecimento Científico para mostrar que um conjunto de fatos empíricos pode ser explicado igualmente bem por diferentes teorias (e que, portanto, a vitória de uma teoria científica sobre outra depende também de fatores extra-empíricos), Bijker e Pinch (1999) defendem a ideia de que um objeto técnico, ou um projeto tecnológico, não evoluem de forma linear, do menos complexo e imperfeito, para o mais complexo, mais eficiente e mais “perfeito”, mas que as trajetórias sociotécnicas são feitas de bifurcações em que os caminhos que se estabilizam são função dos atores sociais envolvidos, dos interesses em jogo, de circunstâncias locais: um mesmo projeto tecnológico pode levar a produtos técnicos finais muito diferentes.

A abordagem SCOT propõe um modelo multidirecional para a análise dos processos que levam à construção da tecnologia: uma abordagem que pretende evitar tanto as explicações clássicas da engenharia (determinismo tecnológico), quanto explicações simplistas, sociologistas, em que “a sociedade” determina o desenvolvimento tecnológico, rejeitando assim a dualidade entre tecnologia e sociedade, bem como visões externalistas ou essencialistas (Pinch e Bijker, 1999; Sismondo, 2010).

Para efetuar este tipo de análise, reticular e multifatorial, a SCOT analisa uma trajetória tecnológica buscando identificar, em primeiro lugar, o que os autores chamam de “grupos sociais relevantes”: os atores mais diretamente relacionados ao planejamento,

desenvolvimento e difusão de um dado conjunto sociotécnico. Para Bijker (1995) estudar a interação entre este núcleo restrito de atores e grupos é fundamental para identificar os processos que contribuem para moldar as formas adquiridas por uma tecnologia ao longo do tempo. Os membros de diferentes grupos sociais envolvidos no desenvolvimento tecnológico enxergam as tecnologias a partir de perspectivas diferentes, com objetivos e significados diferentes, e a resultante das negociações e interações entre usos e interpretações diferentes é que modula a evolução de uma tecnologia.

Um segundo conceito central na SCOT trata da já mencionada “flexibilidade interpretativa”. Tal como o movimento aparente de estrelas e planetas com respeito a Terra pode ser explicado, com igual poder preditivo, por diferentes teorias científicas, assim, um mesmo problema técnico pode ser resolvido por variadas soluções e trajetórias tecnológicas. O significado que membros de diferentes grupos sociais relevantes atribuem a uma determinada tecnologia, as relações de poder, os objetivos e usos, fazem com que um problema tecnológico costuma gerar trajetórias tecnológicas muito diferentes, e produzir diferentes soluções, algumas das quais sobrevivem e se afirmam, enquanto outras se extinguem. A abordagem multidirecional e multifatorial da SCOT serviriam, segundo seus defensores, justamente para entender por que, e como, algumas tecnologias sobrevivem enquanto outras morrem.

De acordo com Bijker (1995), atores com diferentes graus de inclusão nos processos de construção da tecnologia (portanto, com diferentes graus de entendimento e envolvimento), influenciam de forma diferente o desenvolvimento de um artefato, a partir de práticas de negociação, interpretação, relações de poder, incluindo o poder simbólico.

O recurso mais empregado pela abordagem SCOT é o estudo de casos e a análise histórica comparativa, onde aspectos associados ao processo da construção social da tecnologia podem ser verificados (Sismondo, 2010).

Por exemplo, o desenvolvimento da bicicleta passou por vários momentos de inflexão e influências heterogêneas, que atravessavam, por exemplo, questões de gênero, religião, relações de status e problemas de segurança. Cada grupo social relevante tinha problemas diferentes e múltiplas soluções eram possíveis. Dada a importância de tal estudo de caso, e alguns aspectos análogos ao nosso objeto de estudo (objetos técnicos de uso cotidiano, por

público geral, que passaram por variadas bifurcações e cuja trajetória envolveu grupos sociais variados), o examinamos em maior detalhe a seguir.

2.2.1 Uma história Social da Bicicleta

O mais clássico e famoso dos estudos de caso da SCOT é o da história social da bicicleta, (Bijker e Pinch, 1999). Nele, os autores mostram que no desenvolvimento da chamada bicicleta de segurança há uma aparência de inevitabilidade sobre o resultado final, como se o objeto evoluísse, de forma mais ou menos unívoca e linear, de protótipos rudimentares até a mais eficiente e otimizada forma atual.

Na análise de Pinch e Bijker (1999), porém, a bicicleta com maior segurança não triunfou por causa de um projeto intrinsecamente superior. Para muitos pilotos jovens do sexo masculino, por exemplo, a bicicleta de segurança havia sacrificado estilo pela estabilidade, ou seja, seus objetivos não foram alcançados, a “nova” bicicleta não inovava, pois não correspondia à compreensão desse grupo social sobre o que deveria ser uma bicicleta de qualidade.

Ao apresentar seu estudo de caso, os autores mostram, a impossibilidade de desassociar os aspectos aparentemente estritamente técnicos das demais relações e práticas sociais. Como vimos algo análogo acontece na história social dos talheres: um entrelaçamento complexo entre o tecnológico, o social, o econômico e o científico.

As primeiras bicicletas surgiram sem um mecanismo de direção ou pedais, cabia aos homens durante seu uso, a função de dar impulso e direção vez ou outra. Por esse motivo, foram responsáveis por provocar muitos acidentes, pois ganhavam muita velocidade e tinham um precário sistema de controle. Desses primeiros modelos, várias foram as tentativas de chegar a um projeto funcional e coerente; e várias foram as instâncias para isso.

Alguns poucos registros encontrados mostram que, por volta de 1790, surge o “Celerífero”. Esse invento era bastante simples, composto por uma trave de madeira prolongada por uma cabeça esculpida de animal e colocada sobre duas rodas, também de madeira, (fig. 12). O seu maior problema, porém, era o fato de não ser dirigível, o que o tornava inviável como meio de transporte. Contudo, seria bizarro afirmar que tais limitações se deviam à falta de

conhecimento da época, a um protótipo imperfeito por ser primitivo e inicial: a tecnologia da época teria permitido, claramente, modelos mais sofisticados. O que acontecia era que o significado social deste tipo de objeto, neste momento histórico, o colocava menos como meio de transporte e mais como um brinquedo ou passatempo.

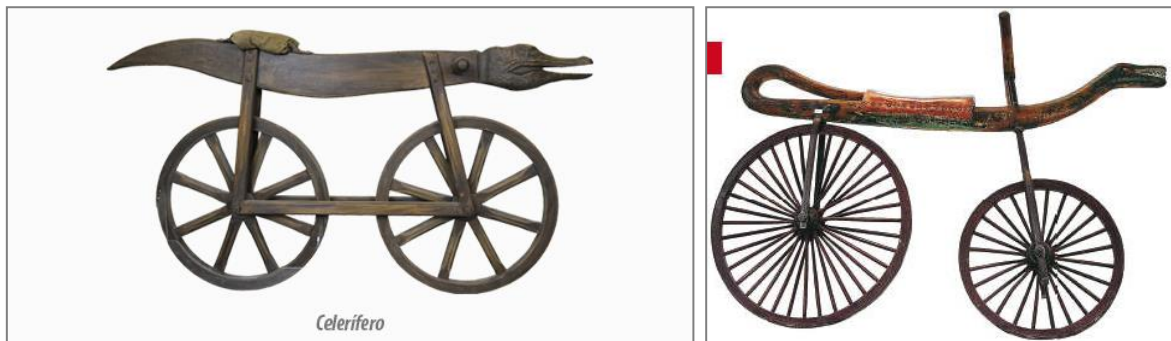


Figura 12: Celerífero. Fonte: Pequini (2000)/ www.adjorisc.com.br

O seu “aperfeiçoamento” aconteceu com a criação da Drasiana, em 1816, quando foram acrescentadas molas ao assento e um guidão, (fig. 13). Foi considerada a primeira bicicleta dirigível e foi criada toda em madeira (Pequini, 2000).



Figura 13: Drasiana. Fonte: Pequini (2000)/ Rene Aranzamendez, Ellen Bahr, Paul Debraski (2010)

Em 1861, Ernest Michaux percebeu a dificuldade de movimento das manivelas e os trocou por pedais. Decidiu, então por produzi-la em aço. Em 1867, sua produção chegou a 3200 bicicletas. Michaux batizou sua invenção de “Velocípede”, (fig. 14).

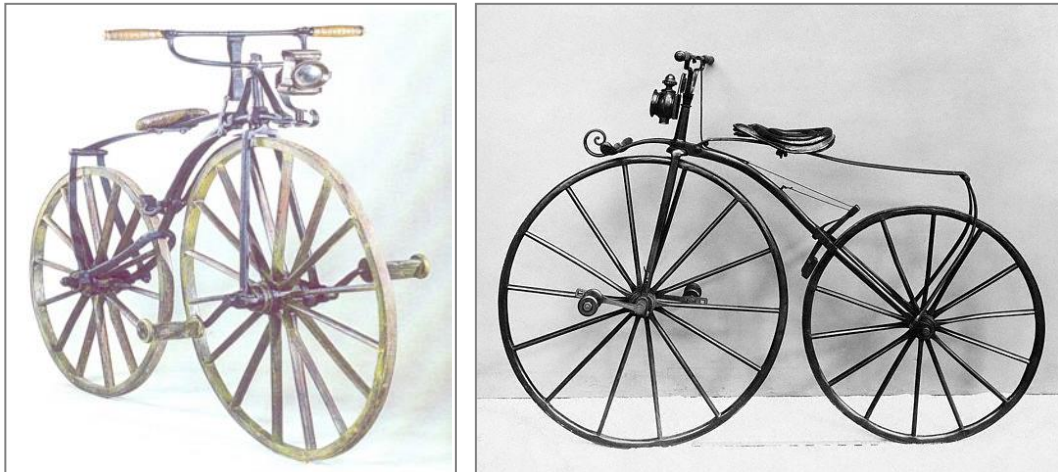


Figura 14: A bicicleta “Velocípede” de Michaux. Fonte: Pequini, 2000 / Rene Aranzamendez, Ellen Bahr, Paul Debraski (2010)

Até a década de 1860, o desenvolvimento de bicicletas não tinha sofrido variações radicais em relação à Draisiana. O modelo, até então, desenvolvido por Michaux havia sido aceito pela sociedade. Era considerado um brinquedo dos ricos e tal sucesso durou por pelo menos trinta anos.

As bicicletas, que foram chamadas de “ordinaries”, (fig. 15), tinham as rodas frontais maiores que as traseiras. A roda frontal grande permitia-se alcançar velocidade com algum conforto, mas provocava quedas muito perigosas devido ao alto centro de gravidade, ou seja, quando sua grande roda frontal encontrava um obstáculo ela simplesmente lançava o usuário para frente Nierop (1997 apud Pequini, 2000). Apesar disto, ela foi responsável pela popularização da bicicleta, pois pela primeira vez era possível cobrir grandes distâncias nas estradas não bem pavimentadas da época.

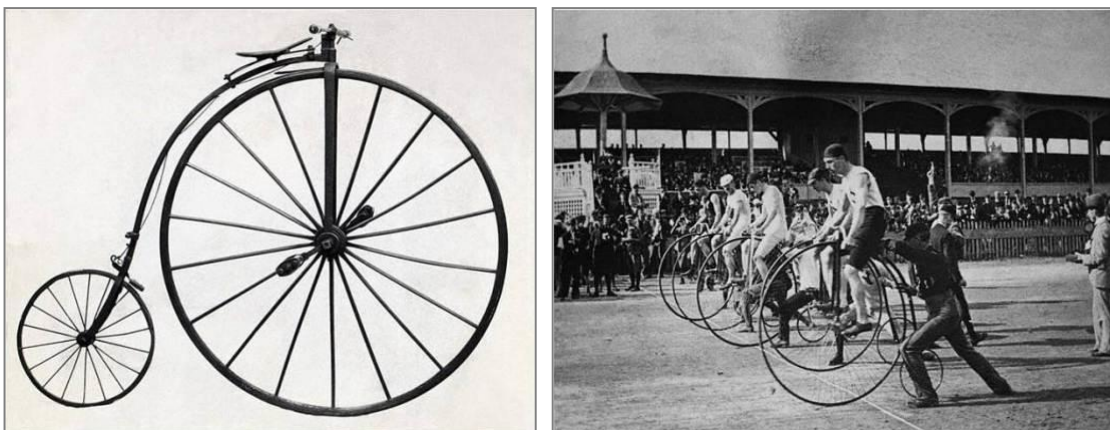


Figura 15: A bicicleta ordinaries ou penny-farthing. Fonte: <http://thebookshelfofamilyj.com/2013/03/18/the-social-construction-of-technology-bicycles-bakelite-bulbs-and-the-dishwasher/>

Mais uma vez, seria simplista afirmar que tais bicicletas, hoje bizarras ou engraçadas, com rodas altas e perigosas, foram fruto apenas de imperfeita projeção. Elas respondiam, de forma adequada, a um código técnico, e a transformações sociais, *in primis* a renovada mobilidade social da época e o ascender político e cultural da burguesia. Os modelos com rodas altas tornaram-se um símbolo de status, pois faziam seus motoristas ficarem acima dos outros. Se a aristocracia podia viajar de carroça, sem suor nem sujar suas mãos, para a média burguesia a bicicleta podia representar uma ótima metáfora do *self-made man* capitalista: arrojado, acelerado, que aceita os riscos, que não tem medo de suar, de botar mão na graxa, nem desprezo para a atividade física e manual e que, mesmo assim, se eleva também acima do proletariado.

Outro aspecto social que na época se revelou crucial para a transformação da bicicleta foi o protagonismo crescente das mulheres burguesas. Muitas começaram a usar tais veículos por conta própria, o que não acontecia anteriormente com os cavalos ou carroças (Kyle, 2004), mesmo que, segundo Pinch e Bijker (1999), só pudessem usar os triciclos (fig. 16).

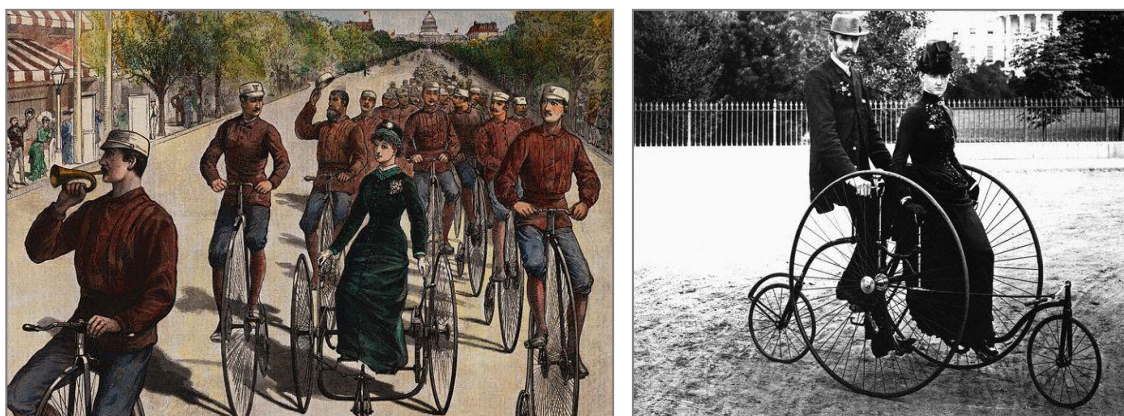


Figura 16: Os não usuários das Ordinaries: Mulheres, senhores, crianças, e as massas em geral que não podiam pagar pela bicicleta. Fonte: Rene Aranzamendez, Ellen Bahr, Paul Debraski (2010).

Sermões de pastores anglicanos contra o uso, “obsceno” de bicicletas por parte de mulheres, contribuíram, de um lado, para a auto-organização de movimentos de mulheres (que, por exemplo, se recusavam a ir para o culto, caso deveriam seguir a pé seu marido que cavalgava seu veículo) e, de outro lado, para o surgimento de modelos com estrutura

adequada para o vestido das mulheres. E as mulheres foram mais um grupo social extremamente relevante na construção social da bicicleta.

Para elas, o hábito do ciclismo foi um dos responsáveis pelo fim do uso do incômodo espartilho, peça que dificultava ou mesmo impossibilitava o ato de pedalar. Assim, conforme a prática foi se tornando mais usual, as mulheres não só o abandonaram como também passaram a utilizar vestimentas mais curtas e justas. As norte-americanas adotaram a bicicleta como uma estratégia de ampliar sua mobilidade e suas vivências públicas, de aumentar suas alternativas de diversão e mesmo de contestar as rígidas normas sociais que as cercavam (fig. 17). Tal possibilidade foi potencializada por determinada direção tomada pela mudança tecnológica do invento, a do aumento das condições de segurança, provavelmente impulsionada justamente pelo uso da bicicleta ampliado a diversos atores sociais (Melo e Schetino, 2009).



Figura 17: Mulheres em diversos usos da bicicleta. Fonte: 1. resenha do livro “Wheels of Change: How the Bicycle Empowered Women” (<http://www.headtube.com/wheels-of-change-bikes-and-feminism/>)/2. Rene Aranzamendez, Ellen Bahr, Paul Debraski (2010)/3. <http://georgiahahal.com.br/historia-mulheres-e-suas-bicicletas/>

Assim, de um lado, os múltiplos significados atribuídos por grupos de mulheres ao uso da bicicleta, e as diferentes práticas de uso, contribuíram para as bifurcações na trajetória deste objeto e para modificações nos projetos e, de outro lado, a bicicleta influenciou transformações sociais entrelaçadas à vida das mulheres: a ordem social e as trajetórias técnicas se constituindo a partir de influência mútuas, sem uma determinação causal única. A tecnologia não determina a sociedade, a sociedade não determina a tecnologia.

Na década de 1880 havia muitos modelos de bicicletas e triciclos nas ruas, e as chamadas *penny-farthing* eram, então, bastante populares. Em Londres, por exemplo, as pessoas

usavam seus triciclos e bicicletas para trabalhar e passear. Empresas, como bancos, liberavam espaços especiais para se estacionar bicicletas e triciclos e havia pessoal para fazer pequenos reparos (Nierop, 1997 apud Pequini, 2000).

As firmas Singer &Co, Herbert & Cooper, além da firma Hilman produziram, em 1884, na cidade de Coventry a bicicleta de segurança chamada Kangaroo, ou seja, canguru, que possuía, novamente, a roda dianteira menor, para evitar as perigosas capotagens (Pequini, 2000).

Em 1887 James K. Starley desenvolveu a “safety-bicycle”, que com seu assento posicionado entre as duas rodas, era, então, considerada segura para se subir e andar. Entretanto, as rodas menores (com 76 cm) não traziam nenhuma melhoria no conforto (Sidwells, 2003). Talvez pela piora no conforto, ou na velocidade, as “safety-bicycles”, (fig. 18), não superaram as *ordinaries (penny-farthing)* em popularidade, e de 1887 a 1890 ainda se viam vários tipos diferentes de triciclos e bicicletas em uso.



Figura 18: A “Safety Bike”. Fonte: (Sidwells, 2003)

A invenção da borracha vulcanizada contribuiu para o advento do pneu com câmara de ar, essencial para o surgimento da bicicleta moderna, pois tornou a bicicleta “safety” tão confortável quanto à *ordinaries (penny-farthing)* com suas rodas enormes, que saíram de produção em 1892 (Nierop, 1997 apud Pequini, 2000).

Os pneus feitos com câmaras de ar podem ser óbvios nos dias de hoje, mas quando surgiram, constituíram uma grande inovação no desenvolvimento da bicicleta, ajudando a separar o modelo “antigo” do modelo “moderno”. O pneu com camaras de ar foi desenvolvido em 1888 por John Boyd Dunlop, sendo a “Fire Fly” pela firma Cycle Co, uma das primeiras bicicletas equipadas em série com pneus a ar.

Andar de bicicleta, até então, era uma experiência muito desconfortável, pois os pneus eram feitos de borracha sólida ou até couro. Os pneus feitos com camara de ar trouxeram uma viagem “macia”, confortável e estável ao ciclista. Não é surpresa que foi um avanço importante na popularização da bicicleta, agora em todo compreendida como meio de transporte, no início do século XX (Pequini, 2000).

Apenas algumas décadas depois de ser encarada como uma moda passageira, a bicicleta em 1890 alcançou o formato moderno definitivo, com roda traseira, transmissão por corrente, quadro em formato de diamante, e pneus infláveis, tornando a bicicleta uma máquina barata, confortável e incrivelmente acessível (Patterson, 2004).

Diante desse breve contexto histórico, Pinch e Bijker (1999), mostram, em princípio, que o grau de estabilização de um objeto técnico é diferente em diferentes grupos sociais. O desenvolvimento da “Safety Bike”, afirmam, não pode ser visto como um evento isolado, nem inevitável (1884, quando várias empresas começam a desenvolver uma versão “safety” da bicicleta), mas como um processo de dezenove anos (1879-1898). Neste período, os grupos relevantes não viram a “Safety Bike” como objeto final, mas uma ampla gama de bicicletas e triciclos com funções e eficiências diferentes.

No final do período, o nome “Safety Bike” denotava uma bicicleta baixa com rodas e corrente traseira, banco centralizado e os pneus de ar. Isso era o resultado da estabilização do artefato depois de 1898. Não havia, portanto, necessidade de especificar esses detalhes: eles se tornaram os “ingredientes” essenciais de uma bicicleta de segurança.

Com isso, Pinch e Bijker (1999) mostram que uma tecnologia não aparece pronta, é resultado de relações, negociações, mudanças nas significações no interior de grupos sociais heterogêneos: interações diversas condicionam quais problemas são vistos como relevantes e quais critérios de eficiência são utilizados ao transformar um objeto técnico.

Por exemplo, os grupos sociais de ciclistas jovens, os de meia idade, os masculinos ou femininos, os profissionais, etc.: para uns, o objeto mais “eficiente” é o objeto para fazer esporte, para outros, a bicicleta devia ser símbolo de status, para outros, sua eficiência devia se medir como a de um meio de transporte, e assim por diante.

Investigando, portanto, a relação de naturalização e hierarquização dos códigos técnicos, ou seja, das regras socialmente estabelecidas que automatizam o desenvolvimento da tecnologia estabelecendo, quando estabilizadas, uma forma padronizada de enxergar os problemas e as soluções técnicas, é possível ver, como no caso dos talheres, que o desenvolvimento de artefatos técnicos influencia a afirmação de novos costumes, práticas, modificações nas relações de poder, e que, vice-versa, as possibilidades de extinção ou afirmação de determinada tecnologia não se devem apenas a sua supostamente mensurável “eficiência”.

As origens e as primeiras transformações no modo de uso dos talheres e nas normas e hábitos alimentares, examinadas no capítulo anterior, foram claramente influenciadas por processos e fatores análogos aos discutidos acima, e podem ser analisados em termos de trajetórias sociotécnicas.

2.3 Uma análise sociotécnica da evolução dos talheres

Com estas ferramentas teóricas, e as discussões já apontadas acima sobre o contexto histórico das transformações dos talheres, é agora possível apresentar um primeiro exemplo, reduzido e exploratório, das conexões entre as transformações técnicas e as mudanças na forma, nos modos de uso, e no sentido atribuído aos talheres.

A evolução de um artefato, como vimos, não é inevitável, “natural”, de mão única, tampouco é determinada apenas por processos endógenos de aperfeiçoamento técnico. Os processos de inovação podem acontecer, frequentemente, de forma complexa, sem uma aparente coerência interna, com possibilidades e inovações que em algum momento se extinguem e, eventualmente, são retomadas em outro momento histórico ou em outro contexto.

Focamos, por exemplo, na história das transformações e da aceitação e difusão gradual do garfo. Esse artefato acompanhou aparelhos de jantar datados no período da Roma Imperial, mas seu uso se extinguiu e só emerge novamente na linha evolutiva dos talheres no século XI, quando são encontrados registros do uso de tal utensílio com a princesa Teodora, que havia trazido a “novidade” de Constantinopla: todo um comportamento à mesa foi construído, abandonado, por fim, reinventado.

Também aparece com evidência o fato de que os artefatos apresentados não podem ser analisados isoladamente: os processos de transformação que os afetam estão inter-relacionados com contingências históricas (as transformações no Império Romano, as mudanças da corte e seus funcionários), com invenções culturais, dinâmicas políticas, além da própria influência que o uso de um artefato pode gerar no comportamento perante outros objetos técnicos.

Assim, por exemplo, quando o garfo se consolidou no serviço à mesa, o campo dos significados e dos usos da faca na mesa também foi afetado: a faca perdeu algumas de suas funções, que passaram a ser realizado com o garfo, fato que, por sua vez, passou a influenciar regras de etiqueta sobre o uso de tais talheres. Quando um objeto técnico se estabiliza, é inserido plenamente em um determinado padrão comportamental, é possível ver surgir devios de função, atribuição de valores e significados alheios ao propósito primário para o qual foi criado inicialmente (tal como, por exemplo, discutido em Simondon, 2007).

Tais fenômenos, como visto, estão associados menos a processo de tipo determinista (uma nova tecnologia, ou novo material ou um novo processo moldando a evolução dos objetos e de seu uso), e mais à rede de interações sociais que constituem o contexto, o meio de evolução, do conjunto sociotécnico: tal como defendem Pinch e Bijker (1999), identificar “grupos sociais relevantes” permite entender melhor a história dos artefatos.

Em nosso caso específico, com relação ao garfo, o grupo social central foi a aristocracia imperial. Em particular, como veremos também em outros contextos históricos, mulheres pertencendo a grupos sociais relevantes (rainhas, princesas, na Idade Média, burguesas posteriormente) desempenharam papéis importantes não apenas no processo de divulgação e assimilação dos talheres, mas também, em parte na ressignificação de seu uso.

Além disso, ao olhar as transformações dos talheres no período anterior à afirmação do capitalismo (ver a discussão histórica anteriormente feita e o quadro sintético na fig. 19), é possível perceber que parte consistente do comportamento em torno dos talheres, das adaptações de suas funções à mesa, foi influenciada menos, neste período histórico, pelas condições de possibilidades tecnológicas e os materiais disponíveis, e mais por processos de estratificação social e diferenciação de status.

3 CONSUMO, SUBJETIVIDADES E TRAJETÓRIAS SOCIOTÉCNICAS

Os processos de mudanças sociotécnicas que discutimos até agora podem ser mais bem compreendidos, no contexto da contemporaneidade, quando inseridos no contexto mais amplo das transformações da modernidade. Muitos dos sociólogos que analisam a contemporaneidade (Anthony Giddens, Ulrich Beck, Zygmunt Baumann, Manuel Castells, apenas para mencionar alguns) enfatizam o papel das interrelações entre processos de constituição da subjetividade, tecnologias e mudanças no capitalismo e na esfera do consumo de mercadorias. Bauman (2001), por exemplo, ao focar a transição entre modernidade “sólida” e modernidade “líquida” ou entre modernidade e pós-modernidade (Bauman, 1998), centra sua análise nas relações de tipo sócio-técnico.

A modernidade sólida seria caracterizada, segundo Bauman (2001), pelo projeto moderno: o de controle da natureza e da sociedade pela razão, por meio da ordem técnica e científica. A igualdade seria mais importante que a liberdade. A individualização seria importante, mas secundária: o sujeito moderno poderia alcançar distinção como indivíduo, mas principalmente pelo pertencimento à identidade de um determinado grupo social.

O mundo dos objetos, segundo Bauman (2001), se torna manipulado pela ciência e pela técnica, e a própria sociedade passa a ser objeto de manipulação técnica. Os indivíduos são transformados em um meio racionalmente controlável. A humanidade é tomada como objeto de controle, como instrumento ajustável aos fins do projeto moderno.

A modernidade líquida, por sua vez, tem como características, segundo Bauman (2001), uma maior efemeridade e fluidez, e uma menor tangibilidade nas relações humanas. Os indivíduos (especialmente no Ocidente) possuem padrões menos rígidos de referência, e menos sólidos, poucos códigos sociais e culturais são vistos como imutáveis, e torna-se mais improvável para os indivíduos constituir sua vida e subjetividade inserindo-se apenas em determinadas condições de classe, status, etc.

Bauman (2001) entende que se chega a era da “comparabilidade universal”, em que os indivíduos não possuem mais coordenadas pré-estabelecidas no mundo, mas devem lutar livremente por si próprios para se inserirem numa sociedade cada vez mais seletiva tanto econômica quanto socialmente.

Na era da liquidez, o poder não é mais aquele que se materializava na disciplina da fábrica fordista, ou mesmo, na burocracia da administração pública. Para Bauman, o poder contemporâneo é extraterritorial, e seu objetivo, agora, não é mais impor à sociedade um ordenamento rígido, mas, através de uma aceleração do tempo e do domínio do espaço, expor todos os lugares do planeta à livre ação da globalização econômica do mercado capitalista. A elite global tem menos o interesse de governar a partir de um território, e mais o objetivo de gerir um controle, cada vez mais desterritorializado de fluxos de riqueza cada vez mais imateriais.

Os indivíduos, submetidos na modernidade sólida a um Estado ordenador total, tendo a liberdade de construir seus projetos individuais no interior de normas e parâmetros sociais estabelecidos, se tornam, com a modernidade líquida, “condenados a serem livres”. Certa relativa estabilização da ordem social, dada na modernidade sólida, que poderia garantir algo como um ‘seguro contra os infortúnios individuais’, se liquefez, deixando para os próprios indivíduos a solitária responsabilidade pelos seus problemas. A insegurança em relação ao futuro decorre justamente do fato de que o poder moderno atua menos para manutenção e segurança de espaços e esferas públicas, e é mais privatizado, contingente e, para os indivíduos, se torna algo fugaz.

Não entraremos em detalhes da abordagem baumaniana, pois o que interessa para nossa análise é reparar como nesta, e outras propostas interpretativas sobre a contemporaneidade, surgem em décadas recentes processos, em parte novos, que influenciam a formação de subjetividades e a relacionam de forma mais intensa com a constituição de desejos e de consumo dos sujeitos. Um dos efeitos de tais processos é certo desprendimento afetivo. O consumo, afirma Bauman, se torna parte importante dos processos de subjetivação: a posse de objetos, ou o uso de determinados serviços, auxilia na construção de identidades. É necessário consumir constantemente, pois é por meio do consumo que o homem se torna indivíduo.

Para Bauman (2005), portanto, os objetos passam a servir principalmente para consumo e, assim, o poder de sedução desses objetos é passageiro. As relações se reduzem às de consumo, por meio da instrumentalização das relações sociais. Como o consumo, que é momentâneo e, portanto, se finda com o fim do desejo, o indivíduo se torna algo móvel e, assim como os objetos, também, passageiro.

Para a grande maioria dos habitantes do líquido mundo moderno, atitudes como cuidar da coesão, apegar-se às regras, agir de acordo com precedentes e manter-se fiel à lógica da continuidade, em vez de flutuar na onda das oportunidades mutáveis e de curta duração, não constituem opções promissoras. Se outras pessoas as adotam [...], são prontamente apontadas como sintomas da privação social e um estigma do fracasso na vida, da derrota, da desvalorização, da inferioridade social (Bauman, 2005, p.60)

Tal como Bauman, Lipovetsky e Bertrand (2007), também apontam a fluidez e fragilidade nos relacionamentos contemporâneos, e a inserem em um contexto de ilusão da felicidade na sociedade de consumo. De acordo com esses autores, na contemporaneidade haveria o aparente paradoxo de uma correlação inversa entre riqueza e felicidade. O crescimento econômico acelerado, aparentemente, parece não provocar uma reação concomitante de felicidade, mas ao contrário, uma ascendente sensação de incerteza quanto ao destino de cada indivíduo.

Contudo, os bens necessários a uma vida feliz, segundo Bauman (2009), bem como Lipovetsky e Bertrand (2007), não podem ser comprados com dinheiro. O amor, a amizade, a autoestima por um bom trabalho, os prazeres da vida doméstica, o companheirismo, o respeito mútuo, entre outros, são intangíveis por natureza. Por esse motivo, não podem ser adquiridos pelos meios tangíveis de compra e venda. No entanto, os mercados vendem a felicidade, ou mais precisamente, vendem outros bens que podem substituir aqueles intangíveis e não negociáveis.

Uma consequência desse movimento de atrelar o imperativo contemporâneo da busca da felicidade ao consumo de mercadorias, cada vez mais associadas a elementos simbólicos e bens intangíveis, é tornar tal busca interminável, e a felicidade sempre inalcançada. A solução é continuar comprando. Se não é possível chegar a um estado duradouro de felicidade, existe a esperança de que a próxima linha de produtos superfáceis de usar, ou a

nova tendência outono-inverno, redima os incansáveis buscadores de felicidade. Os grandes mercados transformaram o sonho da felicidade de uma vida plena e satisfatória em uma busca incessante de “meios” para se chegar a esse estado pleno (Bauman, 2009).

Para Lipovetsky e Bertrand (2007) o ato de consumir não é o responsável pela infelicidade. O que dá frustração é a individualização crescente do mundo, ou seja, o tipo de relação que as pessoas têm uns com os outros e consigo mesmas.

A sociedade do consumo é uma lógica que penetra e reestrutura a economia, a vida social e profissional. A sociedade do hiperconsumo é a em que os gestos mais elementares são estimulados pela lógica mercantil nos setores mais variados. O crescimento hoje é impulsionado pelo consumo. Se não houver consumo, há um colapso da economia (Lipovetsky e Bertrand, 2007).

A expressão ‘sociedade de consumo’ nasceu nos anos 1920 e se popularizou entre as décadas de 50 e 60. Refere-se a um tipo de consumo de massa que situava a posse e o uso do dinheiro como instrumentos centrais da construção de status. Para Lipovetsky (2007), esse momento histórico deve ser considerado ultrapassado, já que as novas dinâmicas de constituição de subjetividades e desejos estariam hoje carregadas de novos significados, tanto coletivos quanto individuais. Os indivíduos continuam sedentos de consumo, entretanto, hoje a mera posse de objetos de status não seria suficiente para a individualização.

Por volta de 1880, inicia-se o primeiro ciclo da era do consumo que terminou de certo modo, com a Segunda Guerra Mundial. Caracterizou esta fase de surgimento do capitalismo de consumo as novas técnicas de desenvolvimento de máquinas, a padronização das mercadorias, o aumento vertiginoso na produção, junto com transformações sociais e culturais que afetaram tanto a postura dos indivíduos, agora consumidores, quanto à visão e criatividade dos empreendedores, guiados pelos gestores (Lipovetsky, 2007, p. 28).

A produção de massa, ou seja, o marketing de massa e o consumidor moderno são ‘inventos’ desse primeiro ciclo da era do consumo, assim como o forte empenho para reforçar as marcas recém-criadas, como os exemplos da (fig. 20). Os consumidores perdem gradativamente parte importante de suas relações com distribuidores varejistas e passam a

confiar e julgar nomes e marcas de fabricantes até então desconhecidos. O consumo passa a priorizar uma assinatura, no lugar do objeto em si e seu valor de uso (Lipovetsky, 2007, p. 30).



Figura 20: Embalagem e as marcas recém-criadas. 1. Embalagem Colgate, 1908, estilo Art Nouveau. 2. Sabão Sunlight, William Heskett Lever, 1890. 3. Pó Royal, embalagem clássica criada em 1890. Fonte: mundodasmarcas.blogspot.com.br

Segundo Lipovetsky (2007), grandes lojas de *magazines* se ocuparam em preparar todo um cenário propício para que fosse chamado de consumo-sedução, ou consumo-distração, contribuindo para desculpabilizar o desejo e o ato da compra.

Por volta de 1950, no Ocidente rico, inicia uma nova fase no consumo de massa. O consumo se espalha por camadas diferentes da sociedade: produtos até então restritos a um determinado público, como o automóvel, a televisão, os aparelhos eletrodomésticos, entre outros, entram no horizonte de possibilidades financeiras de cada vez mais pessoas. Esse ciclo se caracterizou, também, pela necessidade de resolver alguns dos problemas da elevada produtividade permitida pela automação, à produção em grande escala e a exploração em massa da força de trabalho. A solução foi a de manter uma produtividade crescente, e uma produção acelerada, tornando rapidamente obsoletas ou caducas as mercadorias. Ao mesmo tempo em que muitos novos produtos passaram a serem ofertados, outros muitos saíam de uso, e em geral o tempo de vida das mercadorias se tornava cada vez mais reduzido (Lipovetsky, 2007, p. 34).

As resistências culturais entregaram-se às frivolidades da vida material e a sociedade se voltou para um imaginário de felicidade depositado no ato do consumo, (fig. 21, 22, 23). Esse ciclo, segundo Lipovetsky, contribuiu para uma ênfase maior sobre o tempo presente

na orientação vida dos indivíduos: pensar o futuro passava a ser menos crucial, no que diz respeito ao consumo, do que pensar a vida no aqui e agora, e em suas satisfações imediatas. A publicidade incentivava uma cultura voltada para apreciar os prazeres do instante, para gozar uma felicidade imediata, e a viver para si mesmo (Lipovetsky, 2007, p. 102) e sugeria com força que o consumo começasse desde o nascimento de um bebê. Empresas como a Coca-Cola e 7'up propagandeavam seus refrigerantes como adequados para crianças, e até para bebês. Os recipientes se tornavam descartáveis, de uso cada vez mais simples e instantâneo.



Figura 21: Refrigerantes 7'up. Marketing voltado para o lazer e prazer da família, valor de grande importância nas décadas de 50 e 60. Fonte: 1. <http://www.homolaicus.com/linguaggi/spot/storia.htm>; 2. <https://www.pinterest.com/pin/330381322635649360/>



Figura 22: Cartazes para o público infantil. 1. Refrigerantes 7'up. Marketing voltado para o público da primeira infância. Assim como a coca-cola e a Pepsi, foi desenvolvido como um produto farmacológico e na versão de 1929, continha estabilizantes para humor. 2. A garrafa já característica da Coca Cola, para a primeira infância. 3. Crisco para crianças trata-se de gordura hidrogenada para a culinária doméstica em geral. Fonte: 1. <http://www.bonkersinstitute.org/medshow/7up.html/> <http://interestingthings.info/food-and-beverages/mood-stabilizing-drugs-in-7up.html>; <https://www.pinterest.com/pin/13229392630673354/>



Figura 23: Produtos enlatados. 1. Lata de sopa Heinz, 1924. 2. Alimento processado e enlatado. Latas em folhas de aço com abertura por fita retirada com "chave". 3. A década de 60 foi a era da lata descartável de bebida. A Coca-Cola enlatada, em 1960, com abridor em anel. 4. Suco de abacaxi em lata de abertura fácil e rápida, com tampa destacável, surge em 1973. Fonte: 1. <http://oldadvertising.blogspot.nl/search/label/1920s>; 2. <https://www.pinterest.com/pin/125115695869660144/>; 3. http://www.grayflannelsuit.net/retrotisements/food/food_drink_5.html; 4. <https://www.pinterest.com/pin/200762095859446543/>

No fim da década de 70, na periodização de Lipovetsky, inicia-se uma terceira fase da era do consumo. O sistema capitalista sofre concomitante, uma reestruturação no que diz respeito às técnicas da informação, à globalização dos mercados, ao desenvolvimento de empresas com marcas multinacionais, a novas tecnologias que permitem, cada vez mais, a produção ‘personalizada’ em massa, entre outros.

Essa terceira fase trouxe consigo o chamado “consumo pela experiência”. Para Lipovetsky (2007), nesse momento, as exigências de prestígio dão lugar, no contexto social, à ideia dos objetos como desejáveis e atrativos em si mesmos. A banalização do acesso aos bens de mercado e a mobilidade social trouxeram maior margem de manobra para os indivíduos, que não estariam mais tão presos em *habitus* de classe e, por isso, estariam mais imprevisíveis, intimizados, individualizados no que concerne ao consumo.

O consumo, gradativamente, se ordenou em função de fins, de gostos e de critérios individuais. Dessa forma, as ações que caracterizam o hiperconsumo chegaram orquestradas por uma lógica subjetiva e emocional. O consumo individual suplanta o consumo ‘para o outro’. O status passa a não ser o único motor do consumismo: motivos sensoriais e estéticos de satisfação emocional e corporal passam a ter importância para a escolha dos bens. O consumo se torna, primordialmente, emocional (Lipovetsky, 2007, p. 41).

Entretanto, o consumidor dessa terceira fase, mesmo emancipado das subculturas de classe e status, carrega consigo preocupações relacionadas a novas emergências, como o consumo responsável, questões ambientais, os processos de espetacularização de solidariedade. Emergem os ‘produtos-éticos’: o consumidor sente menos as imposições de estilo e consumo relacionadas a seu grupo social e adentra um novo contexto de submissão, onde é importante ‘consumir o mundo’. As barreiras entre localidades, etnias, religião, faixa etária já são menos importantes, imersas em um mais dinâmico fluxo mercantil (Lipovetsky, 2007).

Diante dessa transformação do indivíduo em relação à aquisição de bens, Lipovetsky identifica a necessidade de um novo tipo de publicidade, com estratégias de hipersegmentação que estivessem adequadas para articular as marcas a uma ressignificação junto aos consumidores: o trabalho do marketing já não se direciona à funcionalidade dos produtos, mas busca criar um ‘estilo de vida’ que associe ideais à marca muitas vezes, o produto em si é o menos relevante.

Segundo Lipovetsky (2007), o mercado passa, então, a funcionar sob a lógica da “produção personalizada de massa”, que exige, além de uma rapidez frenética, estratégias capazes de suprir às demandas que se apresentam. Nessa fase, nem sempre a produção antecede a venda. Consome-se o produto que ainda não possui concretização material, porque as empresas oferecem produtos e serviços sob medida, que o consumidor encomenda e adquire antes que o mesmo seja fabricado. A sedução pelo espetáculo, a inovação, as ofertas de conforto, a variedade, a renovação perpétua amplificam as expectativas do consumidor, reforçam os ideais da marca diante dos ‘estilos de vida’ pensados pelo marketing, além de potencializar a necessidade e o desejo de ‘consumir o mundo’.

Para que se consuma cada vez mais, a estratégia utilizada valoriza a novidade: os produtos têm seus modelos renovados rapidamente, gerando uma sensação de constante desatualização nos clientes. O descarte dos artigos já não é provocado pela mediocridade da fabricação, mas pela economia da velocidade, pelo desejo por produtos novos, mais “eficientes” ou que respondam a outras necessidades (Lipovetsky, 2007, p. 92).

Packard (1965) fala da obsolescência pelo desejo, em que um produto se desgasta na mente das pessoas, mesmo que, ainda, tenha plenas condições de uso dentro de sua função e desempenho. Trata-se de uma obsolescência de estilo, associada a atributos subjetivos que

os consumidores reúnem num misto de gosto pessoal, cultura, estilo, status social. O mercado precisa estar preparado para constante inovação, ou para chamar de inovação qualquer pequeno ajuste que possa tornar obsoletos os produtos vendidos no semestre anterior.

Os utensílios de cozinha, por exemplo, que, em sua maioria possuíam duração de anos, ou décadas, já parecem não durar mais tanto quanto em tempos passados. Talheres, panelas, objetos para mesa e a cozinha precisam ser diversificados em função do tipo de hóspede em casa, do tipo de evento em que são usados, do tipo de comida servida, da moda do momento. Novas tecnologias e novos materiais permitem atender a novos critérios de escolha dos consumidores como preço, eficiência técnica, novas performances, além de questões estéticas, mas em detrimento da longevidade. Atributos subjetivos tornam esse produto facilmente substituível e, portanto, obsoleto, (fig. 24).



Figura 24: Talheres descartáveis. 1. Talheres em plástico colorido. 2. Talheres descartáveis de madeira. 3. Talheres em bioplástico (produzidos com amido de milho). 4. Talheres e utensílios para usos rápidos. Bamboo, cortiça, cana de açúcar e folha de palmeira. Fonte: sites.amarillasinternet.com/loja.mimia.com.br/ / www.thegreenestpost.com/http://pt.socialdesignmagazine.com/site/green/gustoeco-le-stoviglie-usa-e-getta-diventano-eco-design.html

Paralelamente às modificações nos modos e nas formas do consumo, e seu entrelaçamento com os processos de construção de subjetividade e identidade, os processos do design de objetos ia também mudando, e na contemporaneidade é possível assistir ao surgimento de diferentes práticas e modelos interpretativos para o design, que será explorado, de forma resumida e simplificada, a seguir.

3.1 Design de Objetos

No contexto visto acima, de transformação tecnológica e nas relações de consumo, a atividade de design também sofreu mudanças importantes, que precisam ser levadas em

conta para entender a evolução sociotécnicas dos utensílios de cozinha. Em um momento em que a indústria caminha a olhos vistos em direção à produção flexível, com cada vez mais setores buscando por diferenciação, o cerne das preocupações de um profissional de design passa também a ser questionado. A pura forma e função de um objeto já não são suficientes como fatores de diferenciação: os problemas projetuais do design, que antes eram vistos sob uma perspectiva determinista, diante das demandas do mercado, hoje são mais complexos e articulados (Cardoso, 2012).

Gui Bonsiepe (1997), por exemplo, designer formado pela Escola de Ulm, onde lecionou até seu fechamento, descreve um design que, hoje, buscaria antes de tudo a produção de “coerência”, e teria como critério de sucesso menos a função do objeto em si e mais uma ideia de “satisfação” de usuários e consumidores.

A grande maioria dos objetos, ambientes, formas de comunicação e até mesmo, serviços que são parte do cotidiano, podem ser resultado de um projeto de design, pois foram projetados e desenvolvidos com o objetivo de solucionar um problema ou sanar uma necessidade que envolvesse a interação entre o indivíduo/usuário e o objeto.

Para Bonsiepe (1997), o papel central do designer estaria relacionado ao projeto da interface. O Design é, segundo essa visão, o domínio no qual se estrutura a interação entre usuário e produto, para facilitar ações efetivas: essencialmente, o projeto de interfaces. A interface revela o caráter de ferramenta dos objetos e o conteúdo comunicativo das informações, transforma objetos em produtos e sinais em informação interpretável. Por isso, o resultado de um projeto de design é, por vezes, invisível. A integração entre aspectos criativos do design (recursos artísticos) e momentos puramente práticos (recursos de ofícios) leva a um resultado que pode não ser percebido pelo grupo social que consome o produto. Mas tal invisibilidade, em certa medida, dos conhecimentos e das práticas do designer tornam talvez ainda mais relevante à análise de seu trabalho, que contribui para que os objetos incorporem, em seus códigos técnicos, em sua forma e função, valores, atitudes, aspectos de interações sociais.

Os aspectos semióticos do design, por exemplo, são cruciais: o profissional de design não apenas cria um objeto específico, como uma cadeira ou um pôster, mas também contribui para constituir novos conceitos e sentidos sobre o sentar ou o comunicar (Burdek, 2006),

levando em conta a diversidade de grupos de usuários/consumidores para os quais esses conceitos podem ser aplicados e de onde as necessidades de um projeto surgem.

O design, nesse contexto, pode ser definido como uma abordagem holística às necessidades e desejos do indivíduo, e não um mecanismo de manipulação de sua experiência. Na pesquisa de projeto de design, sempre se busca compreender experiências desejadas por indivíduos ou seus grupos, (mesmo que o próprio usuário não tenha plena consciência disso), bem como definir quais elementos devem estar presentes no projeto, a fim de proporcionar maior probabilidade de ocorrência e eficácia junto aos indivíduos (Tonetto e Costa, 2011).

Mary Douglas e Baron Isherwood (2004) apontam também outras dimensões do processo do design, ao tratar, sobretudo, das dimensões culturais, simbólicas e da diversidade de motivações do uso de um determinado objeto. Preocupam-se, assim, em compreender como os artefatos são usados pelas pessoas para estabelecer as conexões e as fronteiras das relações sociais. Os objetos são comunicadores de categorias culturais e de valores sociais, tornando-as tangíveis.

Uma das dimensões do design, na contemporaneidade, que mais afetam nossa análise é sua dimensão emocional: em anos recentes, surgiu uma nova abordagem ao design, denominada justamente design “emocional”, uma abordagem que visa atender às necessidades e desejos dos indivíduos, focando nos usuários e suas interações com os objetos.

Como visto anteriormente diversos diagnósticos sobre a contemporaneidade focam os processos acelerados da inovação tecnológica, do avanço científico e da mudança social e econômica na modernidade tardia. Tanto a abordagem de Zygmunt Bauman, por exemplo, sobre modernidade líquida (organizações e indivíduos precisando rever conceitos, atitudes, valores, constantemente), quanto as análises de Gilles Lipovetsky sobre a necessidade constante de inovação, apontam para dimensões parecidas. De um lado, sujeitos que vivem, em certa medida, em um estado de constante cobrança e insatisfação consigo mesmos, sentindo como imprescindíveis as mudanças em intervalos de tempo cada vez menores.

De outro lado, a centralidade do consumo como elemento para significar, para tais sujeitos, a mudança e busca de adequação e satisfação. Consumo que precisa também apresentar dinamismo e, sobretudo, ir além de significar apenas um novo benefício, uma nova eficiência, mas que deve afetar, antes de tudo, a esfera da emoção.

Neste contexto, em que a emoção, mais do que a experiência, está relacionada com a decisão de compra do indivíduo, e em que produtos em perfeitas condições de uso são substituídos por razões principalmente estéticas e estilísticas, é possível perceber a efemeridade das emoções relacionadas aos produtos e o design passa a trabalhar, de forma importante, como um design emocional.

Além de fonte de satisfação, o consumo se torna um meio por onde os indivíduos se constroem como sujeitos. O mundo construído de objetos duráveis é atravessado agora por produtos projetados para imediata obsolescência, respondendo a uma identidade “líquida”, uma subjetividade feita de fragmentos identitários mutáveis, que se re combinam e se ajustam o tempo todo.

Por isso tudo, a emoção passa a ser um dos elementos centrais para entender as trajetórias da inovação tecnológica hoje.

3.1.1 A industrialização e o surgimento do design

O historiador de design Rafael Cardoso (1998), situa a constituição do exercício profissional do design na primeira revolução industrial, com a divisão sistemática de tarefas e a implementação, de maneira definitiva, da separação de trabalho manual e trabalho intelectual nas indústrias. Um processo antecipado, por exemplo, pelo desenvolvimento da prensa tipográfica, no século XV, que abriu a condição de possibilidade para a independência entre o projeto e a fabricação do livro.

Para o historiador Andrian Forty (2007), o processo de industrialização introduziu mudanças em empresas de setores têxteis, cerâmicos e moveleiras, à princípio visando ao aumento da produtividade, das vendas e do lucro. As novas formas de comercialização e produção quebraram a tradição produtiva dos ofícios, com a ampliação da divisão do trabalho, a introdução de novos materiais, o surgimento de novas especializações. Uma delas foi o

desenhista industrial, que se tornou necessário para garantir, com o desenho e o uso de formas simplificadas nos projetos, a padronização e homogeneidade dos produtos a serem colocados no mercado.

Nesse contexto, a operação de design tornou-se, não apenas separada da manufatura, mas também geograficamente distante do chão de fábrica.

O design podia ser preparado por um artesão que trabalhava o resto de seu tempo em outra função na fábrica ou projetado por um artista ou designer profissional morando numa cidade distante e enfronhado nas últimas modas e idéias, mas a natureza do trabalho era a mesma e devia suas origens à mesma causa. Embora o designer profissional pudesse ser capaz de conceber um produto muito mais elegante e vendável, o fato de que havia trabalho para ele não era consequência de seu gênio inventivo, mas da divisão do trabalho na fábrica (Forty, 2007, p. 53)

A passagem do capitalismo comercial para o industrial e, com isso, a troca das ferramentas pelas máquinas e a passagem do uso de energia muscular (humana e animal) para o da força motriz, contribuiu para que a atividade do artesão, que até então dominava todo o processo produtivo, acompanhando desde a concepção da ideia até o produto final, fosse dividida nas etapas de desenho e de produção. Dessa forma, surgem, segundo Moura (2003, p. 16), novos atores sociais no desenvolvimento industrial: trabalhadores semiqualeificados, operadores, empregadores, subcontratadores, chefes-controladores, industriais e empresários.

O design, assim, emergia como uma atividade cuja natureza se pautava na relação entre os objetos e os processos de sua produção: o design pode ser compreendido pela maneira em que os processos incidem sobre os produtos, investindo-os de significados alheios à sua natureza intrínseca. É, portanto, uma ação “ideológica” e simbólica, antes de tudo, que permite agregar valor (e poder) simbólico aos objetos, para além de sua mera existência concreta como artefatos materiais. Os objetos representam muito mais do que sua própria materialidade e funcionalidade e o design, afirma Cardoso, pode tanto “humanizar”, como “divinizar” o artefato (Cardoso, 1998).

Por isso, os resultados da ação do design tem participação fundamental no incentivo ao consumo e na formação da cultura material (Barbosa Filho, 2009, p. 54).

Como exemplo desta relação importante do design com o contexto social dentro e fora do espaço fábril, podemos citar o movimento *Arts and Crafts*, que se afirma entre 1850 e 1914. Os fundadores desse movimento reformista notaram que o auge da industrialização se associava à degradação ambiental. Consideravam, também, a migração da população rural para as cidades, para trabalhar nas fábricas, como um agravante desta situação de desequilíbrio. (Gomes, 1996, p. 71).

Neste contexto de tensionamento do mito do progresso, de crise da equação entre desenvolvimento técnico e bem estar social, movimentos de reforma como o *Arts and Crafts*, propuseram retomar o caminho interrompido pela chegada avassaladora da máquina. Artistas e designers compreendiam como a qualidade dos produtos derivava principalmente das condições de produção e da capacitação dos trabalhadores nela envolvidos, e consideravam “desonesta” a produção de produtos maquinofaturados que imitavam aqueles produzidos por artesãos (Gomes, 1996, p. 70).

A filosofia do movimento girava em torno da recuperação dos valores produtivos tradicionais e buscava promover uma maior integração entre o projeto e a execução, uma relação mais igualitária e democrática entre os trabalhadores envolvidos na produção, e uma manutenção de padrões elevados em termos de qualidade de materiais e de acabamento, ou seja, alto grau de acabamento artesanal e profundo conhecimento do ofício (Cardoso, 2004, p. 72).

Esses conceitos estão presentes, por exemplo, no trabalho do designer Christopher Dresser (fig. 25): temos aqui um exemplo de como debates culturais importantes, e contextos socioambientais específicos, podem afetar a evolução sociotécnica de objetos de cozinha.

O estilo sofreu modificações, emergiram regionalismos nos diversos países em que foram adotados seus fundamentos estéticos. A exemplo, veja (fig. 26), o trabalho dos designers Josef Hoffmann, que trabalhou na Áustria, e Charles Rennie Mackintosh, no Reino Unido (que baseou-se na tradição escocesa, juntando elementos de inspiração japonesa).



Figura 26: Utensílios art nouveau. 1.Desenho de Josef Hoffmann 1903-4. 2. Peças de conjunto desenvolvido por Hoffmann. 3. Conjunto para vinho, Joseph Maria Olbrich – 1901. Art nouveau alemão. 4. Colher e Garfo para peixe de Charles Rennie Mackintosh. Fonte: <http://soodiebeasley.blogspot.com.br/2010/03/yes-no-maybe-so-josef-hoffmanns.html>/http://thinkwahot141.viewmoresee.webfactional.com/sale_140353-pott-86-collection-silver-table-spoon/http://catalog.quittenbaum.de/object_detail__Weinservice_Modell_fuuml3Br_das_Haus_Olbrich_auf_der_Ausstellung_der_Darmstauml3Bdter_Kolonie_1901_Olbrich_Joseph_Maria_Hueck_Eduard_L_uuml3Bdenscheid__67829__list_objects__M_108__0__eng/<https://www.pinterest.com/pin/335799715936729888/>

Um ulterior desdobramento, nesta rede de interrelações entre transformações sociais, inovações tecnológicas e mudança na estética e no valor simbólico dos objetos, se dá, por exemplo, com o estilo *Art Déco*, inserido em um contexto de exaltação do consumismo, no fortalecimento de uma estética do existir que valorizava de forma marcada o lazer e a velocidade, as viagens e o luxo, as festas e a música jazz, incentivando a uma visão da vida voltada para a diversão e a um olhar esperançoso para o futuro que, de acordo com alguns autores, auxiliava a anestesiar os traumas da Primeira Guerra Mundial (Dempsey, 2003).

Assim como as outras importantes correntes artísticas que marcaram essa época, o *Art Déco* compartilhava a tendência à abstração: a forma, a cor, a linha e o volume dos objetos passaram a ter importância por si próprios, e se supunha que os sentimentos e sensibilidade do artista se refletissem nestas variáveis incorporada em objetos de uso cotidiano. (Lemme, 1997, p. 27)

Além do bronze, do ferro, da prata, do ouro, do mármore, da cerâmica, do veludo e da seda, os projetistas desse período utilizaram em seus projetos novos materiais como o cromo, o

alumínio, a baquelita, resinas fenólicas e vários tipos de plásticos (Lemme, 1997): inovações tecnológicas possuindo certa “afinidade eletiva” com a vontade de flexibilidades, diversificação, e “limpeza” estética requerida por tal estilo abstrato.

A capacidade de moldagem da baquelite adequou-se perfeitamente às linhas aerodinâmicas e esculturais próprias do estilo. Esse tipo de plástico começou a ser comercializado em 1909, mas se tornou viável para a produção em larga escala somente no final da década de 20, marcando nos anos 30 o design de objetos como os aparelhos de rádio, as bijuterias, objetos de toucador, entre outros (Fiell, 2006).

A diversidade de materiais e do contraste entre colorações e texturas fez parte dos objetos *Art Déco*, que apresentavam formas que refletiam as inovações tecnológicas da época. A versatilidade dos materiais foi fator fundamental para a inovadora configuração de muitos objetos (Pissetti, Souza, 2011). A (fig. 27), mostra o trabalho do designer Jean Puiforcat diante da estética *decô* e das novas possibilidades produtivas.



Figura 27: Utensílios Art Deco. 1. Talheres Jean Puiforcat, 1928. 2. Chaleira de Jean Puiforcat, 1935. 3. Talheres Puiforcat, 1930. Fonte: <https://www.pinterest.com/pin/320740804685372029/> <https://www.cram.com/> <https://www.pinterest.com/pin/332914597432486852/>

Em contrapartida, a indústria alemã evoluía em grandes organizações voltadas para o mercado. Isso teve papel relevante na tendência de eliminar elementos elaborados, puramente estéticos dos produtos e atribuir, cada vez mais, a forma à função, enfatizando as vantagens comerciais do design (Heskett: 1997; Bürdek: 1999): era o surgimento de uma ulterior bifurcação sociotécnica, a visão funcionalista do design, cuja estética se fundava na ideia de resolver problemas práticos de forma lógica e eficiente, mas cuja metodologia

consistia em levar em conta o ambiente da região e a cultura local para a implementação de um projeto eficiente. Vários foram os grupos e movimentos de design envolvidos, a partir da escola de William Morris (do *Arts and Crafts*) até chegar ao arquiteto americano Louis Sullivan (1856-1924), considerado por muitos, de maneira equivocada, o “pai” do funcionalismo, por ter criado a expressão a “Forma segue a Função”, em 1896.

Obviamente que, paralelo a tais processos de influência mútua entre o design e as mudanças sociais e tecnológicas, e de forma entrelaçada, nos mesmos anos, transformações importantes também aconteciam no âmbito das técnicas, dos processos e dos significados da produção de alimentos e do comportamento alimentar, que examinaremos brevemente no capítulo a seguir.

4 MOVIMENTOS GASTRONÔMICOS – NOVOS OBJETOS E NOVOS HÁBITOS ALIMENTARES

O sociólogo Claude Fischler desenvolve desde a década de 1970 estudos sobre a dimensão antropológica da alimentação humana. Em seu texto “*A McDonaldização dos costumes*” (1988), ele contextualiza e desenvolve a análise do processo de industrialização dos alimentos e como isso refletiu nos costumes e relações sociais, desde o período da primeira Revolução Industrial até a atualidade. Segundo o autor (Fischler, 1998), a industrialização da agropecuária, da produção agroalimentar e o surgimento da distribuição em grande escala, especialmente a partir das décadas de 1950 e 1960, transformaram a alimentação em mais um setor do mercado de consumo de massa, nos mesmos anos em que, nos países ricos, especialmente na Europa e América do Norte, o crescimento marcado das redes de supermercados, da frota de carros e da distribuição maciça da televisão nas casas, marchava de braço dado com a retórica de uma sociedade “de lazer”, voltada ao consumo.

Desenvolveram-se novas tecnologias para processar alimentos, e transformá-los profundamente por procedimentos industriais inovadores. Transformados em novos tipos de mercadorias, tais alimentos também passavam a ser comercializados com o apoio de novas e avançadas técnicas de marketing. Surgiram, também, processos inéditos de empacotamento e distribuição, no interior de redes comerciais complexas. A importância das marcas passou a ser cada vez maior.

Em poucos anos, grande parte do trabalho culinário, tanto feito em casa como no restaurante, deslocou-se para a fábrica. Esses alimentos transformados, direcionados pelo marketing e divulgados pela publicidade, também são produtos que incorporam um valor agregado cada vez mais elevado, desde o contexto de sua preparação, pois a indústria pegou para si o essencial do trabalho doméstico e transformou em mercadoria a ser vendida para o consumidor o tempo gasto nesse trabalho: “[...] uma vez transformados pela indústria, os alimentos tornam-se *alimentos-serviço*” (Fischler, 1998, p. 847). Neste processo de constituição sociotécnica de novos artefatos-produtos, mais uma vez grupos sociais

relevantes contribuíram para a conformação do próprio código técnico, não apenas enquanto “consumidores” de um produto acabado.

Segundo Fischler, por exemplo, as mudanças que afetaram as relações de gênero a partir da década de 1960, especialmente para as mulheres burguesas nos centros urbanos de países ricos, contribuíram para parte de tais inovações tecnológicas: “O crescente acesso das mulheres, nos países mais desenvolvidos do Ocidente, torna precioso o tempo doméstico, tanto mais que os homens não têm, de modo algum, uma participação maior do que anteriormente nas tarefas da casa” (Fischler, 1998, p. 847). Os produtos distribuídos nos supermercados da Europa ocidental, desse período em diante, propunham, portanto, economizar esse tempo. Paralelamente a isso, os produtos *light* aumentaram o valor agregado da comida industrializada, por integrar o conceito (e imperativo social) de regime dietético ao produto. A indústria, que já cozinhava no lugar do consumidor, passou, então, a encarregar-se também do seu regime, (IBIDEM, 1998).

As modificações introduzidas nos gêneros alimentícios não corresponderam somente a uma demanda dos consumidores. Nesse aspecto, desde os anos 60, a distribuição desempenhou um papel determinante. Com efeito, ela obedeceu a diversos imperativos: logísticos, tecnológicos, econômicos (Fischler, 1998).

A grande pressão dos distribuidores, segundo Fischler (1998), contribuiu para que se desenvolvessem e se difundissem mercadorias mais fáceis de estocar, transportar, exibir e conservar nas prateleiras. Já os supermercados pressionaram para os surgimentos de embalagens que tivessem características mais práticas e fáceis de manusear, como as plásticas. O uso deste material se tornou rapidamente dominante, principalmente para a água e o óleo. As garrafas de PVC, plástico também conhecido como vinil, implantaram-se rapidamente por serem mais fáceis de transportar em paletes, por serem mais leves, menos frágeis, além de descartáveis.

Os alimentos perderam muitas das características próprias de seu preparo, bem como qualidades gustativas (por exemplo, adquiridas pelo tempo de maturação das frutas ou verduras), em favor da padronização. Em contrapartida, os supermercados passaram a oferecer tais mercadorias a preços particularmente competitivos, ao conseguirem consideráveis economias de escala.

Inicialmente, estes processos foram acolhidos sem grandes problemas pela maioria dos consumidores. A distribuição em massa permitia acrescentar inovações, ao colocar em ação meios logísticos e tecnológicos sofisticados e comercializar novas variedades de produtos, ou produtos de mercados exóticos, cujo consumo passava a ter um rápido sucesso. A alimentação, que já havia sido modificada há duas ou três décadas pelos efeitos conjugados dessa distribuição e da indústria, passou, então, por novas transformações. O nível de consumo, nos países capitalistas mais ricos, continuava a crescer; as necessidades energéticas dos consumidores diminuíram; a concorrência tornou-se cada vez mais ativa para conseguir a preferência dos distribuidores e consumidores. Portanto, os mercados iniciaram um processo de segmentação, se fragmentando e especializando (Fischler, 1998).

Paralelamente a tais processos de transformação do consumismo, da produção agroindustrial, da distribuição, a culinária e a gastronomia em geral passavam por transformações, entrelaçadas com as mudanças no consumo de comida no trabalho e para o lazer.

O historiador Carlos Roberto Santos (2006), em seu texto “O império *McDonald* e a *mcdonaldização* da sociedade: alimentação, cultura e poder”, analisa parte dessas transformações a partir do pós-guerra, focando nos EUA, país que, também graças ao fato de ser a única nação envolvida na Segunda Guerra Mundial a não sofrer grandes danos infraestruturais e nas redes de comunicação e comércio urbano, passou por um acentuado crescimento, evidenciado pela elevação da produção agrícola, a expansão das indústrias e do sistema bancário e, por fim, a multiplicação dos meios de transportes. A paralela elevação da renda per capita e certo aumento na qualidade de vida da população em geral, graças a investimentos em previdência social, saúde e educação pública, contribuíram para o crescimento acelerado e poderoso de uma indústria cultural nacional.

Tudo isso colocou os EUA, segundo Santos (2006), na condição de país de cunho “imperial”, capaz de influenciar relações de poder e soberania fora de seu próprio território nacional, de ditar padrões culturais, costumes e novos estilos de vida, fortemente amparados pela eficácia do marketing, que, no mesmo período, tendia a constituir “verdadeiros dogmas de felicidade” (IBID, 2006, p. 03), na busca de novos clientes ou novos espaços de mercado.

Nesta reconfigurada sociedade de trabalho, pautada por novas tecnologias, pelas hiperespecializações, por novas relações de trabalho e pela superação das fronteiras, mudanças culturais ocorreram em ritmo acelerado, tal como acontecia com a aceleração dos tempos de vida nos centros urbanos. No mesmo passo, a indústria agroalimentar, junto com a cultural, se planetarizavam. (Santos, 2006, p. 08).

A produção agrícola concentrava e intensificava. As zonas de produção especializavam-se. A policultura acompanhada de um forte consumo próprio cedia lugar à monocultura em vastos espaços. Trocas comerciais tornavam-se mundiais

Neste contexto, a concepção de um *leisure time*, e um tempo para o lazer, dedicado ao consumo, amparada por expressivo apoio popular, principalmente entre os adolescentes e suas famílias, desenhara o ambiente que permitiu o sucesso do Sistema *Fast Food*: urbanização e industrialização acelerada do pós-guerra, profissionalização das mulheres, elevação do nível de vida e dos anos médios de escolaridade, generalização do uso do carro, acesso mais amplo da população ao lazer, férias e viagens, fizeram com que a alimentação deixasse o ambiente doméstico, a casa, o lar e passasse a ser uma mercadoria associada ao tecido urbano, tal como o consumo de bens culturais e de moda.

Desta forma, as fórmulas rápidas de comer representadas pelo hambúrguer, a batata frita, os refrigerantes, aliados a produtos como a pizza americanizada e os pratos pré-cozidos ou congelados, constituíram um conjunto alimentar de consumo em massa, impondo novos hábitos e sabores e causando rupturas nos hábitos e práticas alimentares tradicionais:

Diante de um quadro de acentuado desenvolvimento capitalista, e diante de uma nova sociedade do trabalho, se sobressai uma nova concepção de tempo, ligado não apenas à produção, mas também ao lazer e prazer. Desta forma estavam dadas as condições para o surgimento do Sistema *Fast Food* ou a cozinha compartimentada, que bem cedo iria impor a sua dominação alimentar em termos econômico, social, político e cultural, embalada por uma grande explosão de consumo (Santos, 2006, p. 4-5).

O Sistema *Fast Food* propôs a aplicação, divisão e racionalização do trabalho em cadeia, como forma de otimizar o tempo e o processo, e assim, servir uma refeição completa em 25 segundos, velocidade esta que vinha de encontro aos interesses daqueles que se identificavam com as novas cadências trazidas pela contemporaneidade. Para esse público a

refeição e diversas outras práticas culturais e de sociabilidade se resumiam a relações de tempo (Santos, 2006).

Em 1948, os irmãos Mc Donald conceberam a ideia do *Speedy Service System* (sistema de serviço rápido): um sistema organizacional que permitia produzir e vender hambúrgueres a 15 centavos de dólar, principalmente às famílias pobres, servidos em sacos de papel, sem talheres e pratos, acompanhados de suportes e copos de papelão. No *drive-in*, era explorada a crescente dependência dos americanos em relação ao carro, as garçonetes se deslocavam de saias curtas e em patins, para irem mais rapidamente ao atendimento (Santos, 2006).

O ambiente criado permitia com que as famílias de operários freqüentassem o *Fast Food*, possibilidade esta, desde o início, apoiada pela população infantil e jovem, seus grandes clientes. O hambúrguer representava, para as crianças, um alimento desejável, conveniente, barato, fácil de mastigar e comido com as mãos. A higiene do local e a limpeza eram imprescindíveis para que a proposta cumprisse aos objetivos (Santos, 2006). A (fig. 28) mostra um dos menus dos primeiros restaurantes *fast foods* da rede.



Figura 28: Sistema Fast food. 1. Menu do Mc Donald's. Cadeia fast food que deu inicio ao sistema de serviço rápido; 2. Coca Cola nos "drive-in"; 3. Cartaz McDonald's 1968; 4. McDonald's década de 70 – cartaz dos \$4 dólares . Fonte: <http://www.buzzfeed.com/pushthemovement/mcdonalds-62gy/>; <https://www.pinterest.com/pin/528610074984306548/>; <https://www.pinterest.com/pin/503769908293062634/>; <http://bleubirdvintage.typepad.com/blog/2010/03/oh-you-pretty-sixties-things.html>; <https://www.pinterest.com/pin/406168460119066201/>

Na maioria das demais regiões consideradas desenvolvidas, a mudança dos hábitos alimentares pareceu, em parte, orientada de acordo com as mesmas tendências. A individualização e a desestruturação das práticas alimentares, ocorrida na Europa Ocidental

principalmente a partir dos anos 80, são do mesmo teor daquela detectada na América do Norte ao longo da década de 60³.

O sistema *Fast Food* “constitui um verdadeiro fenômeno da sociedade e não apenas, um fenômeno da moda ou de uma geração” (Santos, 2006, p. 14). O *fast food* é um fato social, por construir um discurso com uma representação infantil da realidade, que defini os corpos biológicos com uma alimentação estreitamente fortalecida, explorando sistematicamente a funcionalidade psíquica da alimentação. Tudo isso é conseguido ao estimular valores e sensações primárias.

Uma proporção consistente de alimentos é comprada quase pronta para o consumo: congelados, pré-cozidos, pré-temperados, alimentos com empacotamento a vácuo, cujo preparo é completado em poucos minutos em micro-ondas ou fornos elétricos. Praticidade e rapidez são vistos como valores, mais do que os aspectos rituais e de sociabilidade do sentar à mesa: convenções sociais, construídas historicamente e pautadas por costumes e tradições, derretem no ar. As refeições feitas em conjunto, em casa, com horário determinado e um cardápio planejado, se tornando menos cotidianas e mais típicas de eventos especiais (Santos, 2006).

A indústria agroalimentar e a distribuição em larga escala chegaram à Europa, no fim da década de 70, percebidos como um modelo de modernismo alimentar, quebrando, aos poucos, aspectos da culinária clássica do continente. O *Fast food*, era visto como “alimento exótico” (Santos, 2006, p. 08), mas os alimentos processados ganharam espaço rapidamente. O forno microondas e os alimentos congelados impuseram-se de forma maciça, na Europa, nas últimas décadas. Além do preço, o grande sucesso de tais produtos se deve ao sabor (ressaltado por aditivos), à comodidade de sua utilização, e à atribuição inicial de tais produtos como saudáveis e seguros, fatores que “estão sujeitos a fortes variações culturais, assim como a noção de saúde” (Fischler, 1998, p. 850). A cozinha

³ Embora, continuem existindo especificidades e diferenças culturais marcadas. Segundo Santos, por exemplo, para os americanos, na era *Fast Food*, era (e ainda é) possível trabalhar e comer ao mesmo tempo, comer e empreender outras atividades. Na “velha” Europa, a refeição continua sendo, para muitos, em muitos ambientes, um espaço ritualizado, parcialmente protegido contra a desordem e as intrusões, contra a aceleração: o decoro proíbe (ou proibia) telefonar na hora das refeições, ou mesmo, fazer uma visita. Era, e em grande parte, continua sendo, impensável comer dirigindo, ou em um elevador, e o sistema *fast food* precisou de diversas adaptações para conseguir penetrar nos estados europeus (como, por exemplo, variações profundas no cardápio, que passou a incluir frutas, saladas, massa fresca, etc).

processada, o forno microondas e os congelados eliminaram diversos utensílios das cozinhas e diversos sabores dos paladares das pessoas em várias culturas. Tudo se tornou mais simplificado, mais rápido e mais prático. Os alimentos processados passam a ser oferecidos nos supermercados em porções prontas, em muitos casos, já fracionadas e que podem ser levadas ao forno microondas e servidas, quando prontas, na própria embalagem. Isso contribui para eliminar ou diminuir consideravelmente o tempo e ritual de preparo das refeições. A rotina da refeição à mesa perde força assim como o uso dos talheres de acordo com os alimentos servidos. Nesse novo formato, a refeição pode acontecer, por exemplo, em frente a televisão e, mesmo, cada membro da família em seu tempo.

O contexto que leva ao movimento *fast food* não pode ser dissociado de elementos econômicos, políticos, sociais e culturais. Tal como ressaltado por Bauman, precisamos olhar as transformações alimentares em um contexto onde o consumo está relacionado ao prazer das frivolidades da vida material, e em que os indivíduos se voltam para um imaginário de felicidade depositado no ato do consumo. É neste contexto que o conjunto de relações entre o surgimento de novos materiais, de inovações tecnológicas, de mutações no capitalismo e no consumo, afeta a trajetória sociotécnica dos objetos de cozinha e de mesa (fig. 29), tornando possível, por exemplo, que o talher perca espaço para a estética e a necessidade de velocidade, pelo afirmar-se da prática de comer fora de casa, pelo afirmar-se de crianças e adolescentes como atores sociais e nichos de mercado relevantes, pela estabilização do uso de utensílios descartáveis em plástico ou papel, ou, ainda pela produção industrial de alimentos que sequer necessitam de talheres para seu consumo.

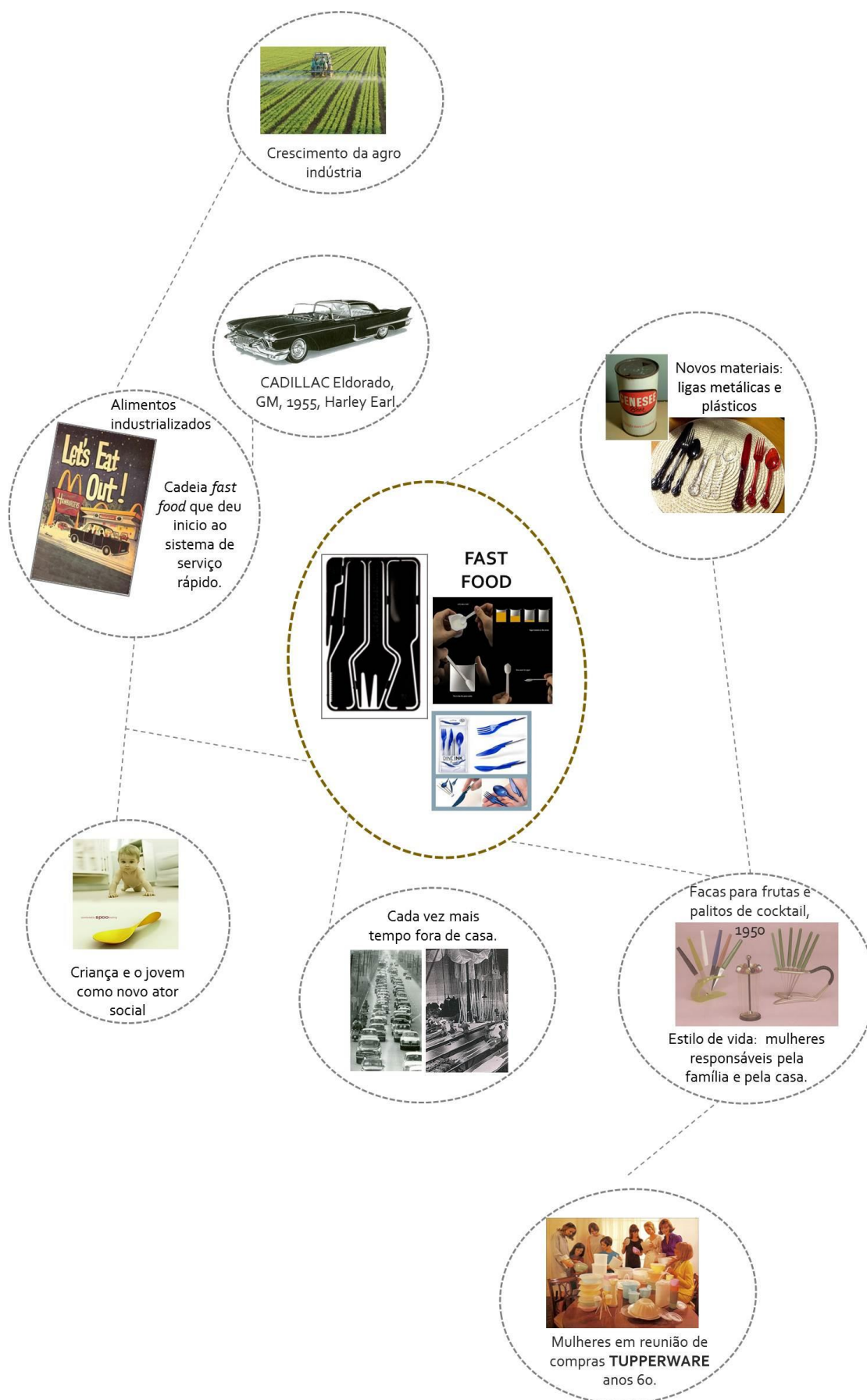


Figura 29: Gráfico de análise – movimento fast food. Fonte: produção da autora.

Este processo de “*mcdonaldização*”, de um lado, contribuiu para parte das trajetórias sociotécnicas dos talheres e dos utensílios de cozinha, com a difusão de canudos, pratos, garfos e copos descartáveis até em ambiente doméstico, com o desaparecimento de guardanapos ou toalhas em tecido das mesas não só dos fast-food, mas até mesmo de muito restaurante. Contudo, não foi um processo incontestado, tampouco único. Como uma das formas de questionar, resistir e rejeitar esse sistema de significação e de práticas alimentares surge, por exemplo, o movimento *slow food*, cuja proposta é a de tratar o consumidor como participante ativo da cadeia produtiva, que conhece, acompanha e está empoderado para influenciar o processo de produção e distribuição, deixando de ser apenas o elemento final de linha produtiva, ou apenas o público alvo do marketing.

Embora, como vimos acima, a Europa não tenha ficado imune aos fornos a microondas, aos congelados e ao *fast food*, os países europeus, bem como diversos países orientais e do oriente médio, mantiveram seu contexto culinário, mesmo no interior dos processos de industrialização, e reconstruíram a partir de sua longa história gastronômica, “cozinhas de alta qualidade, verdadeiros patrimônios de memória gustativa” (Santos, 2006, p. 7). Nesses ambientes prevaleceu a arte de elaborar os alimentos e de lhes dar sabor e sentido. Há nesses espaços a intimidade familiar, os investimentos afetivos, simbólicos, estéticos e econômicos.

Nessas cozinhas despontam as relações de gênero, de geração, a distribuição das atividades e um espaço rico em relações sociais que traduzem uma relação de mundo, fazendo com que a mesa se constitua, efetivamente, num ritual de comensalidade. Nesse sentido, a cozinha sempre foi um espelho, um microcosmo da sociedade, sua imagem (Santos, 2006, p. 06).

Dessa forma, diante de um contexto de pós-industrialização alimentar, o movimento *slow food*, fundado na Itália por Carlo Petrini (2009), atual presidente do movimento, tem a proposta de desindustrializar a agricultura, de se contrapor ao desaparecimento das tradições alimentares locais e à diminuição do interesse das pessoas pelo alimento que consomem, sua procedência e seu sabor. O “novo” consumidor que surge desse contexto participa, acompanha e pode avaliar, de forma informada e consciente, os prós e contras das escolhas que faz:

O nosso século, que se iniciou e se tem desenvolvido sob a insígnia da civilização industrial, inventou primeiro a máquina e depois fez dela o seu modelo de vida. Somos escravizados pela rapidez e sucumbimos todos ao mesmo vírus insidioso: *Fast Life*, que destrói os nossos hábitos, penetra na privacidade dos nossos lares e nos obriga a comer *Fast Foods*. Para ser digno desse nome, o Homo Sapiens devia libertar-se da velocidade antes que ela o reduza a uma espécie em vias de extinção Folco (Portinari, 1989: apud Manual Slow Food, 2005, p.06).

De acordo com os defensores do *Slow Food*, em um processo de alienação, os sistemas tecnológicos sofisticados na agricultura e na alimentação contemporânea afastaram produtores e consumidores de diversas fases da cadeia produtiva “onde o gosto nasce” (Petrini, 2009, p. 127), e a maioria da população urbana hoje não sabe de onde veio, não possui controle, nem conhece quais transformações o alimento sofreu do campo à mesa, o que dificulta a escolha adequada desse alimento:

O *Slow Food* é a intersecção da ética com o prazer, da ecologia com a gastronomia. Uma posição contra a homogeneização do gosto, do poder desenfreado das multinacionais, da agricultura industrial e do frenesi da vida apressada. O *Slow Food* restitui dignidade cultural à gastronomia e aos ritmos lentos do convívio à mesa (Manual Slow Food, 2005, p.37).

A definição de bons alimentos, para Petrini (2009), é determinada pelo sabor sensorial, considerando as preferências individuais, e o saber cultural, ligado à história de cada comunidade e o seu conjunto de conhecimentos acumulados. Na degustação, é possível aproveitar as várias impressões que o alimento permite: como a sensação olfativa, a experiência tátil, a análise visual e a experiência gustativa.

Na concepção do *Slow Food*, segundo Petrini, a excelência de um produto é proporcional à sua naturalidade, e, por esse motivo, se faz necessário incentivar a integridade da matéria-prima, mesmo que não necessariamente relacionada às definições de produto “orgânico”⁴.

Petrini (2009) sugere que a mudança do sistema deve começar pelos jovens e adolescentes, com processos educativos nas escolas: os jovens podem aprender como os sentidos podem

⁴ No *Slow Food*, toda intervenção humana é vista como, de alguma forma, provocando uma transformação na natureza do produto: não existe para Petrini a absoluta “naturalidade”. Para tanto, as técnicas agrícolas não são fixadas rigidamente, mas usadas em uma lógica em que deve prevalecer o uso de técnicas ambientalmente conscientes, que não prejudiquem o ambiente de maneira irreparável ou que afetem a saúde do consumidor.

ser usados, como o alimento é produzido e de onde provém. Ensinar às crianças a origem das matérias-primas, deixar que as toquem, que manipulem e experimentem, é a maneira mais eficaz de educá-las de modo que possam apreciar produções regionais e receitas tradicionais. Compreendendo a cultura alimentar local em que estão inseridas, elas adquirem instrumentos para escolher, discriminar, comprar e avaliar os alimentos, se tornando o gastrônomo coprodutor ou o novo consumidor.

Enquanto, a cozinha de massa, industrializada, simplificada e compartimentada atende ainda, a grande parte da população, mesmo quando as refeições são feitas em casa, o movimento *slow food* promove a excelência do produto pelo sabor e pelo saber. O gráfico que se segue, (fig. 30), aponta elementos e atores que fazem do movimento um estilo de vida. O que confere aos talheres nova configuração, ou seja, esse retorno a um estilo de vida em que as refeições voltam a ter seu tempo e ritual de preparo e apreciação, e que demanda talheres próprios e dispostos de forma a atender aos vários contextos.

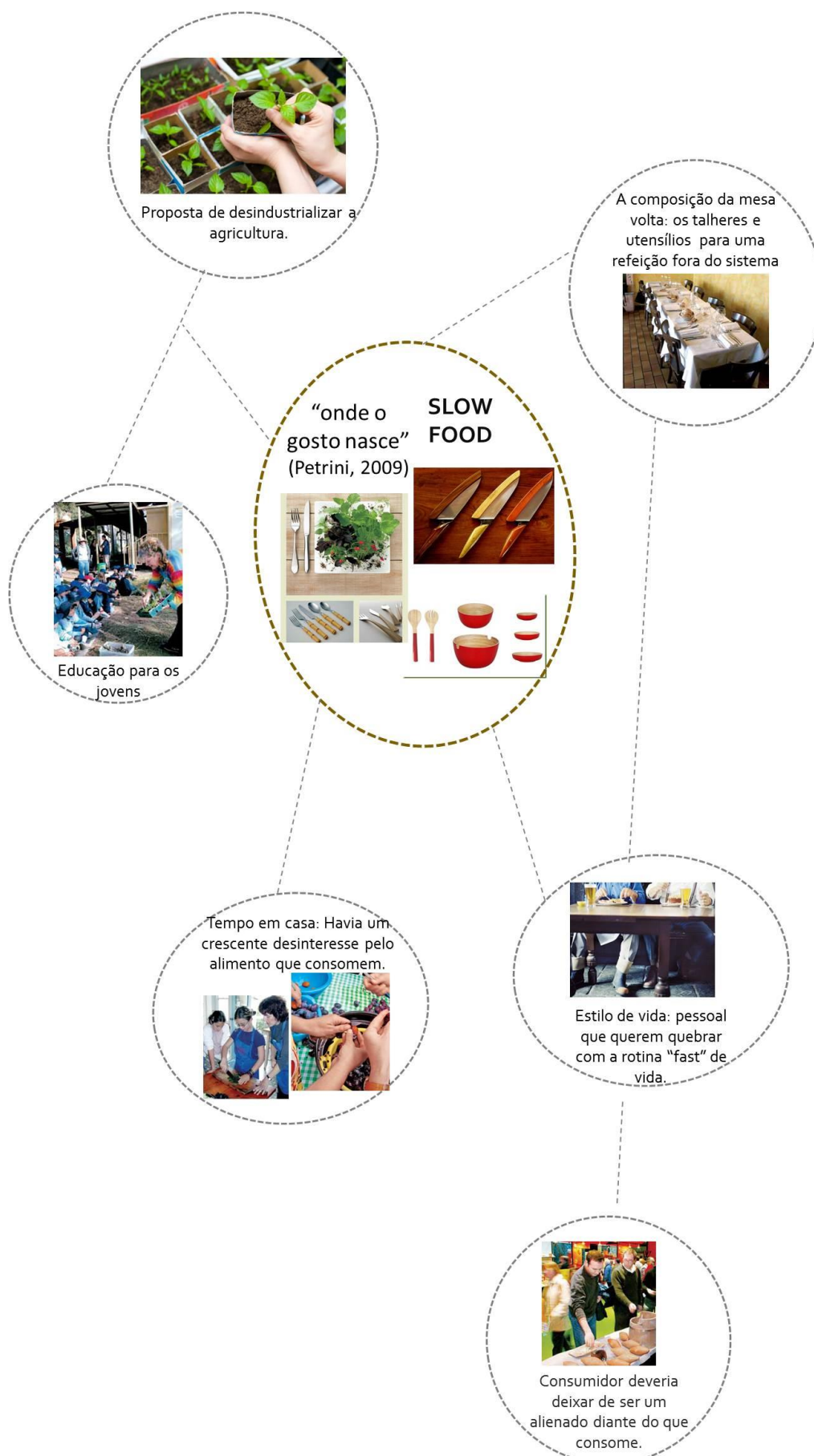


Figura 30: Gráfico de análise – movimento slow food. Fonte: produção da autora.

Mas o *Slow Food* não é de forma alguma o único exemplo de resistência e de bifurcação das trajetórias sociotécnicas das formas de alimentar e seus utensílios. O mesmo processo que contribuiu para o hiperconsumo de massa, a aceleração tecnológica, a fragmentação dos espaços de sociabilidades e convivialidade coletiva, também é um processo que favoreceu a multiplicação de estilos de vida, o foco, individualista, sobre formas e estéticas do existir.

Assim, junto com movimentos como o *Slow Food*, emergem em anos recentes, inúmeras experiências voltadas para a apreciação, valorização das sensações possibilitadas pelo ato de se alimentar. Viagens e turismo de degustação (de café, de cerveja, de vinhos), retiros e hotéis-fazendas participando de colheitas e produção de alimentos, cursos de sommelier, ou de chef de cozinha para aborrecidos cidadãos das metrópoles, se multiplicam, tal como o design de espaços, utensílios e situações para fortalecer este tipo de experiências, em casa ou fora de casa.

De um lado, as “cozinhas *gourmet*”, por exemplo, são montadas como uma segunda cozinha na casa, equipadas com utensílios e eletrodomésticos mais caros e supostamente avançados, direcionados a um público específico, e que torna possível não somente o preparo de pratos sofisticados, mas uma experiência toda, de dedicação ao processo de preparo e aos tempos desses processos. De outro lado, o crescimento de restaurantes especializados, e mesmo cafés, padarias, cervejarias especializadas e “*gourmet*”.

Tais processos, obviamente, possuem claras conotações de status e classe: participar como consumidor “ativo”, empoderado, do *slow food*, por exemplo, por que pareça seu conceito, apresenta implicações claras de classe, por demandar tempo, dedicação, grau elevado de instrução e pelos custos envolvidos. Trata-se de um tipo de consumo consciente que, na estrutura social e no sistema produtivo atual, é possível para poucos, em poucos países. Justamente por isso, por tais processos diferentes (*fast food*, *slow food*, *gourmet*, etc) envolverem atores e grupos sociais relevantes diferentes, acompanhá-los permite compreender aspectos das transformações de objetos técnicos de cozinha.

O sucesso da cozinha *slow food*, e de outros movimentos de resgate da culinária local, do convívio à mesa, do uso sustentável de recurso para produção de alimentos, contribuíram para o resgate, e também a reinvenção e ressignificação de vários utensílios deixados de lado na cozinha processada. Casas europeias voltaram a hospedar nas prateleiras de suas

cozinhas panelas de barro, recipientes em vidro para o macarrão (antes escondido em suas embalagens plásticas na dispensa), saquinhos em tecido para guardar grãos de diferentes variedades de cafés, colheres de pau, e assim por diante.

De outro lado, o crescimento da alimentação “*gourmet*” gerou novas linhas de tendências para objetos domésticos ou nos restaurantes: colheres, xícaras, copos panteteados ou cujo design foi registrado, como o exemplo das xícaras desenhadas por artistas para a *Illy Café*, ou como o exemplo da *LAVAZZA*, que tem produtos e utensílios desenvolvidos pelo Chef da cozinha molecular Ferran Adrià e com propriedades e estilos variados: xícaras comestíveis, cafés cremosos que não entornam, cafés que se comem, etc. (fig. 31).



Fig. 31: Ambientes das cafeterias *Lavazza*. Quatro formatos e submarcas para atender a diferentes públicos. Além de produtos desenvolvidos especialmente para a empresa, mas com a assinatura de grandes chef's e designer. A exemplo, na primeira imagem do topo, a xícara com formato patenteado e o café que não entorna, culinária de Ferran Adrià. Fonte: www.lavazza.com

E Ferran Adrià e a cozinha molecular representam um ulterior exemplo de bifurcações nas reações à industrialização, ao consumo de massa e ao *fast food*, com ulteriores implicações na transformação de utensílios de cozinha. Se o *slow food* resgata processos e ferramentas em grande medida tradicionais, a cozinha molecular vai além, e traz para a cozinha elementos do laboratório científico, significando o ato de se alimentar como pura, intimista relação com a experiência gustativa, e contribuindo assim para mais uma reconfiguração dos mecanismos de atribuição de status social associados à comida. A busca por uma

“experiência gustativa máxima” leva a cozinha molecular a aliar a naturalidade do produto com as técnicas dos laboratórios de química e de física.

As teorias e conceitos desenvolvidos pela cozinha molecular são de autoria do físico húngaro Nicholas Kurti e do físico-químico francês Hervé This. Tudo teve início quando os dois decidiram testar os passos sugeridos por algumas receitas caseiras. Segundo Maistre (2006, apud Pellerano, 2013, p. 295), a motivação dos dois cientistas estava na ideia de que na cozinha não se deveria agir por inércia, repetindo cegamente, como marionetes, receitas transmitidas por gerações: deveriam-se fazer testes científicos sobre quais passos das receitas funcionam, e por quais razões. Seria hora de continuar fazendo o que funciona, mas saber se, e como, funciona⁵.

Contudo, ao buscar reinterpretar o mundo dos sabores a partir das descobertas científicas e dos instrumentos de laboratório, This (2009) percebeu que seus objetivos iam se ampliando, e saindo do campo meramente científico, e redirecionou sua pesquisa. Seguiu “testando a veracidade” das histórias das donas-de-casa sobre cozinha, mas passou a explorar, também, a arte e o amor presentes na culinária, que são essenciais para atingir o principal objetivo da cozinha: deliciar os convidados (Maistre, 2006).

Ferran Adrià, um dos grandes *Chefs* da gastronomia molecular na atualidade, e dono de um dos restaurantes mais caros e conceituados do mundo, o *El Bulli*, apresentou no *Madrid Fusión* (2006) seu manifesto, em que sintetiza a forma como realiza seu trabalho e como entende a gastronomia molecular. O *chef* rejeitou, na verdade, definir seu trabalho como gastronomia molecular: para ele, o termo não é nada “apetitoso”, e faz referência apenas à ciência, um de muitos elementos que definem o estilo⁶. A cozinha é uma linguagem complexa, por meio da qual se pode expressar harmonia, criatividade, felicidade, beleza, poesia, complexidade, magia, humor, provocação.

⁵ Segundo o sociólogo Carlos Dória (2007), que publicou para a revista “Trópico” uma conversa que teve com o físico-químico francês Hervé This, a discussão mais interessante seja talvez sobre a afirmação central da gastronomia molecular, que tem a ideia de que o aspecto cultural da culinária precisa se realinhar com os conhecimentos sobre processos físico-químicos subjacentes a qualquer ato simbólico. A tradição não garante a qualidade, é apenas o ponto de partida de uma investigação.

⁶ Adrià, Ferran. **Leia “manifesto de Ferran Adrià sobre a cozinha molecular”**. 2011. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/comida/953397-leia-manifesto-de-ferran-adria-sobre-a-cozinha-molecular.shtml>. Acesso em 30 nov. 2014.
Forbes, Alexandra **Ferran Adrià e El Bulli**. 2010. Disponível em <http://boavidablog.blogspot.com.br/p/ferran-adria-e-el-bulli.html>. Acesso em 30 nov. 2014.

A informação contida num prato se disfruta pelos sentidos, e também pela reflexão. Os estímulos dos sentidos não são apenas gustativos, pois se pode brincar igualmente com o tato (contrastes de temperaturas e texturas), o olfato, a visão (cores, formas e ilusionismos), de modo que os sentidos tornam-se pontos de referência na hora de criar.

Os adeptos da cozinha molecular buscam mais do que um bom alimento ou um prato bem preparado. Trata-se de um estilo de vida que busca a experiência e a emoção, não importando os custos, busca o diferente, o exclusivo. A cozinha molecular, na concepção de Adrià, é para um público que já está familiarizado com a qualidade e os prazeres do *gourmet* e do *slow food*, mas não é para qualquer chef. Neste sentido, a cozinha molecular é *status symbols* não só para seus apreciadores, mas também com relação aos chef's. São geralmente profissionais com grande experiência e que são escolhidos a dedo para aprenderem a culinária molecular. Um exemplo são os que trabalham e desenvolvem os pratos junto com Ferran Adrià para o restaurante El Bulli (Fig. 32).



Figura 32: Ferran Adrià e sua equipe no restaurante El Bulli. Instrumentos utilizados na cozinha molecular, Ferran com alguns chef's fazendo testes e o resultado em alguns dos pratos. Fonte: <http://pursuitist.com/tag/ferran-adria/>

Elementos (como o consumismo individualizado ou a valorização das escolhas pessoais de códigos e estéticas da existência) que haviam favorecido, em contexto de industrialização e globalização dos mercados, o *fast food*, gerando condições de possibilidade para a extinção de certos talheres (na refeição da pausa de trabalho, por exemplo), podem também, em

novos contextos atuais, favorecer o surgimento de “cozinhas-estilo-de-vida”, de valorização individualista da “experiência sensorial”, e levar a bifurcações como as do *slow food* e da culinária molecular (fig. 33), influenciando, por sua vez, a transformação dos utensílios de cozinha e de mesa.

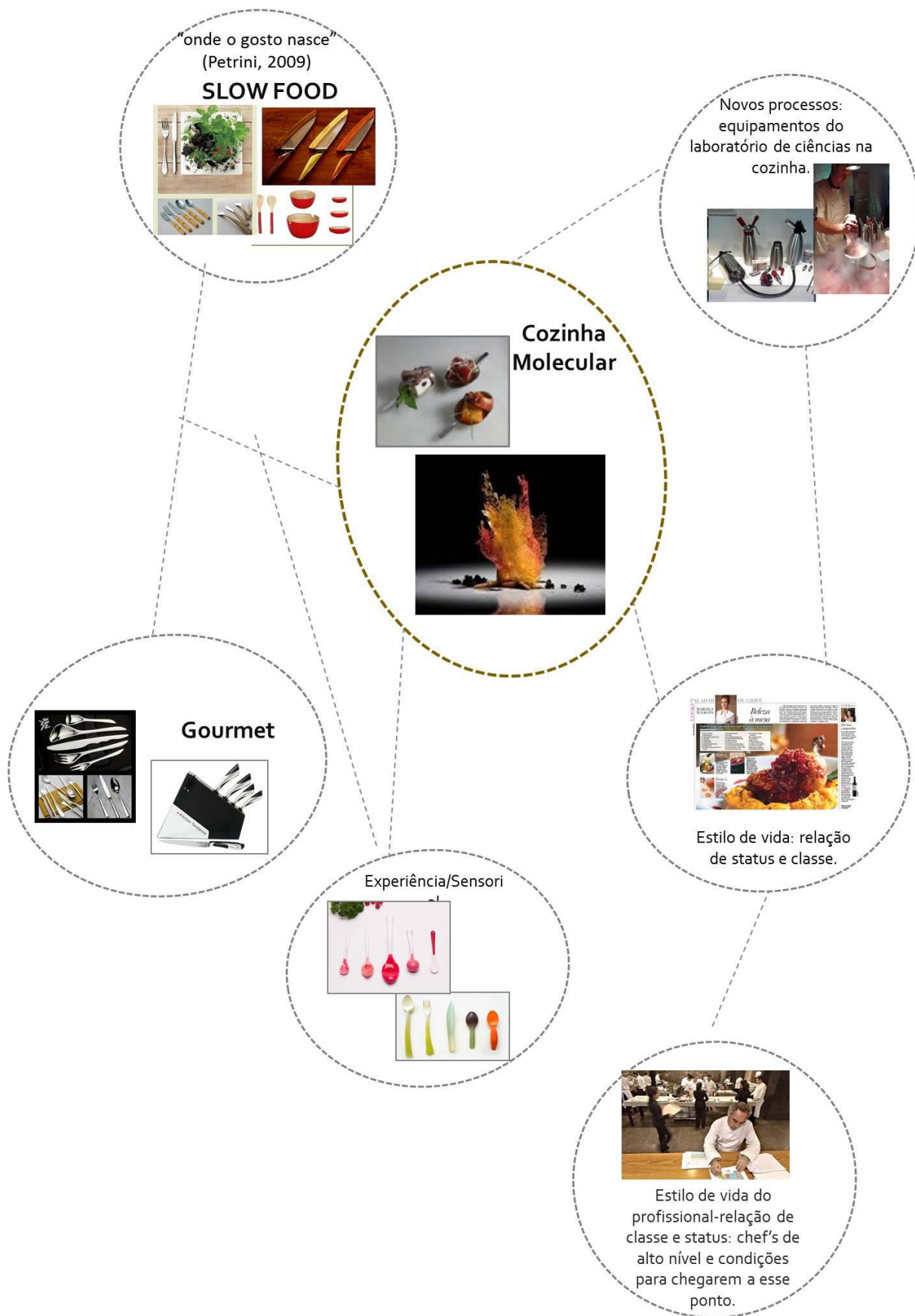


Figura 33: Gráfico de análise – cozinha molecular. Fonte: produção da autora.

5 TALHERES CONTEMPORÂNEOS: DESIGN E TRAJETÓRIAS SOCIOTÉCNICAS

Como vimos, as transformações ligadas à industrialização contribuíram com novos processos de produção e a possibilidade do uso de novos materiais e o aproveitamento de diversas matérias primas no desenvolvimento dos utensílios de cozinha, como em diversos outros produtos. Motor a vapor, e sucessivamente os motores a combustão, a eletrificação e, por fim, as tecnologias da informação e comunicação, sinalizam as transformações nas relações temporais e espaciais. Produção mais rápida, distribuição mundializada, consumo mais efêmero são alguns dos elementos que tornam possíveis novas configurações da relação entre indivíduos e comida.

Nesse contexto, o design do talher aprofunda seu caráter estilístico, e em sua evolução as condições técnicas ganham menor peso. Não aparecem inovações funcionais no artefato, enquanto que estilos de vida, moda, atenção à decoração, personalização do consumo impulsionam versões diferenciadas desse e de vários outros artefatos. O design assume caráter puramente estético em movimentos como o *streamlining* (consumismo e estilo), ou caráter decorativo como no movimento *art déco* (Sparke *et al*, 1986).

De acordo com Bauman, no mesmo período as relações humanas adquirem caráter mais efêmero e “fluído”. Códigos sociais e culturais se multiplicam e diferenciam. O consumo, a posse ou o uso de determinados artefatos ou serviços se torna parte importante dos processos de subjetivação. Parte importante das ações sociais é pautada pelo consumo: desejo, emoção, experiência, expressão de subjetividade se tornam fatores centrais para o design e na influência nas trajetórias evolutivas dos talheres.

Os movimentos *slow food* ou *gourmet*; os utensílios “amigáveis” ou voltados para experiências sensoriais, e, principalmente, a cozinha molecular, são sintomas claros desse contexto de consumo para o consumo, quando propõem a experiência gustativa, sensorial ou “amigável” como um fim em si. De acordo com Bauman (2009), bem como Lipovetsky e Bertrand (2007), este consumo seria alienante, associado à fragilidade nos relacionamentos

humanos, criando uma ilusão sempre frustrada de felicidade e uma busca, sem fim, por novos consumos.

O gráfico que se segue, (fig. 34), mostra um panorama parcial das trajetórias descritas. Apresenta uma síntese sobre como os talheres, ao longo do tempo, tiveram diversos usos e formatos agregados ou substituídos, por questões que envolveram a esfera política, relações sociais, ou mesmo, dimensões de gênero. Quando tais questões não mais definem elementos de forma e função nos talheres, as mudanças passaram a ser mais subjetivas. A estética dos talheres passa a fazer parte de uma estética maior, ou seja, devem compor estilos de vida determinados, o que permite os grandes movimentos gastronômicos.

O processo de industrialização dá início aos alimentos processados e como consequência, movimentos relacionados ao comportamento na alimentação. A exemplo, apresentamos o *slow food* e, mesmo, a cozinha molecular que reagem à essa industrialização. O gráfico mostra a evolução desses eventos, o que, também, nos permite compreender como novos contextos, comportamentos, estilos de vida (podemos incluir também como exemplo, o veganismo ou o vegetarianismo), novos atores sociais abrem bifurcações relacionadas aos movimentos gastronômicos, quando a função deixa de ter seu foco puramente na questão do 'alimentar' e se volta para uma estética maior, que vai além da simples função.

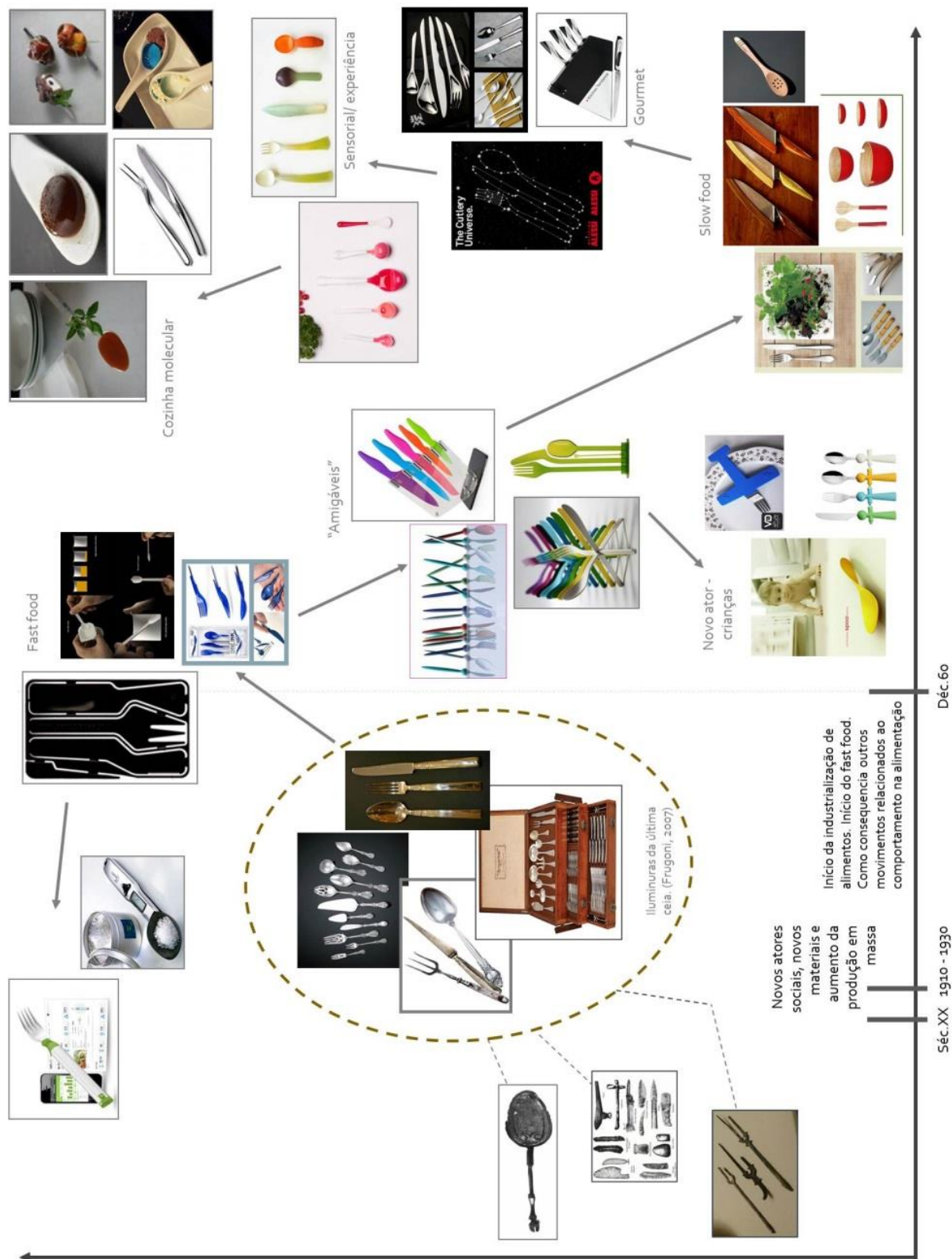


Figura 34: Gráfico de análise – movimentos gastronômicos. Fonte: produção da autora.

Como evidenciado por Norbert Elias (1994), por trás de objetos humildes como os talheres, e aparentemente sem complexidade ou profundidade, e por trás do simples gesto de utilizá-los, escondem-se uma densa camada de história, indícios de padrões de conduta, códigos de comportamento e expressões do processo civilizatório de uma sociedade. O objeto técnico não é o causador de mudanças sociais, nem, meramente, um produto totalmente determinado pelas relações sociais: ele cristaliza em forma material alguns dos aspectos das relações de poder e das transformações culturais de seu contexto.

Os conceitos, as formas, os significados, têm vida e sofrem a ação do tempo histórico. Os termos morrem aos poucos, quando as funções e experiências na vida concreta da sociedade deixam de se vincular a eles. Em outras ocasiões, esses termos apenas adormecem, ou o fazem em certos aspectos, e adquirem um novo valor existencial com uma nova situação (Elias, 1994).

Como vimos, ações como comer com garfo, por exemplo, quanto analisadas como resultado de um processo podem ajudar a revelar as várias camadas históricas, e perceber como tais comportamentos foram se sedimentando como elementos de distinção, ou como sinais de civilização. Comportamentos condizentes com o que seria considerado “boa educação” foram sendo ressignificados e transformados, constituindo, aos poucos, um comportamento que se convencionou chamar de civilizado, mas que esteve por muito tempo circunscrito a camadas sociais superiores, enquanto o comportamento que passou a ser apontado como incivilizado, continuou a ser aceito como normal e desejável, por certo período, entre camadas sociais desprivilegiadas.

Elias (1994) afirma que uma mudança comportamental, como os hábitos à mesa, ocorre de forma vagarosa. As forças que regulam tal ação também seguem o mesmo movimento. O refinamento da conduta foi, até o século XVIII, um forte diferenciador social, substituído gradativamente pelo dinheiro e por sua posse. Quando a posse de dinheiro torna-se a base principal da diferenciação social, o que as pessoas concretamente realizam, consomem e produzem torna-se tão importante quanto suas maneiras.

Trevor Pinch e Wieber Bijker (1999), em seus estudos de caso de Construção Social da Tecnologia (SCOT), em certa medida complementam a análise de Elias, mostrando que uma tecnologia não aparece pronta, não surge externamente à sociedade e “impacta” nela como

um meteorito, mas é o resultado de relações, significações dadas aos artefatos, relações de poder em que os grupos sociais relevantes estão mergulhados.

Com Andrew Feenberg, vimos que a história dos talheres permite evidenciar também as transformações nos códigos técnicos, os critérios de eficiência, segurança, elegância, praticidades, que moldaram, em momentos diferentes, forma e funções dos talheres e que, de forma explícita ou tácita, incorporam em tais critérios, aparentemente técnicos ou estéticos, ideologias e relações econômicas.

De um lado, é clara a influência inicial das relações de status, quando os primeiros talheres se difundiram nas cortes europeias, e estabilizou-se a forma considerada correta para utilizá-los, era para apenas um grupo seletivo de pessoas. De outro, componentes políticos emergem quando surgem as modificações nos fios e formas das facas. Por fim, novas necessidades práticas e novas demandas técnicas representam um papel quando o garfo ganha o terceiro e o quarto dente, relacionadas também à entrada em campo de diferentes critérios de estratificação por status e à emergência de novos grupos sociais relevantes (incluindo, os italianos ricos e seus *spaghetti*).

Novos usos ou formas levaram tempo até que fossem totalmente reconhecidos pelos diversos grupos envolvidos. Retroalimentando, inclusive, o surgimento de novos grupos sociais e a definição de novos contextos em torno do artefato, (fig. 35).

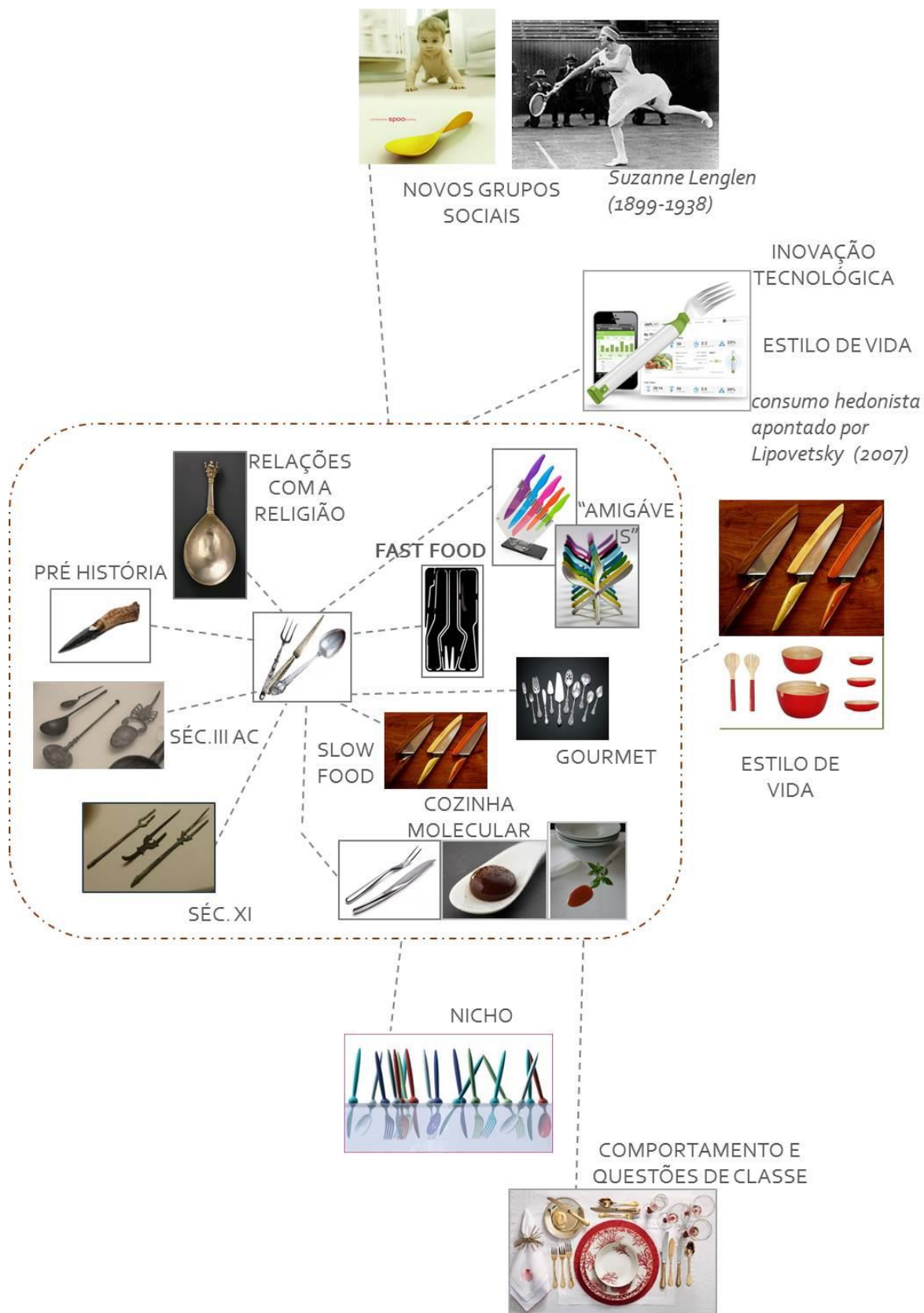


Figura 35: Gráfico de análise – contexto geral. Fonte: produção da autora.

A Revolução Industrial contribuiu para o surgimento da profissão do designer. A circulação intensa e massiva de mercadorias, e a mundialização do consumo, contribuíram para aperfeiçoar e tornar necessária a profissão:

Os bens manufaturados variaram na aparência, devido, não à imoralidade ou à intencionalidade de seus produtores, mas às circunstâncias de sua produção e seu consumo (Forty, 2007, p. 22)

O uso do design, mesmo em movimentos como o *arts and crafts* (artes e ofícios) que seguiam críticos à industrialização, trazia a diferenciação dos produtos, das artes gráficas e dos ambientes. Como resultado, o design dos talheres voltava a ter um papel importante como um diferenciador de status (fig. 36).



Figura 36: Talheres 1880-1905. 1. Talheres de 1880/1890 fabricante desconhecido. Garfo para carne, faca para manteiga e queijo. Lâminas com decoração rococó, cabo com formato renascentista e desenhos florais. Exemplo de historicismo. 2. Talheres em prata, Heinrich Vogeler, 1900, Alemanha O fabricante: Wilkens/Hemeligen. 3. Os Talheres são parte de um conjunto de 96 peças em prata e aço inox (lâminas das facas) de Josef Hoffmann para Wiener Werkstatte, 1905. Fonte: <https://theurbaneearth.wordpress.com/2008/05/12/design-alemao-part-2-germany-design-part-2/>; <http://www.artlex.com/ArtLex/Se.html>

Na Segunda Revolução Industrial, e em geral ao longo dos ciclos de intenso crescimento econômico do século XX, a princípio na Europa, especialmente, assistimos também ao crescimento marcado do protagonismo das mulheres, tanto político, como social e econômico. No caso das trajetórias de diversos objetos técnicos, as mulheres se ativam práticas (de uso, significação, questionamento, etc.) fato que as coloca, na conceituação de Wiebe Bijker (1999), como “grupo social relevante” (fig. 37 e 38).



Figura 37: Mulher novo ator social. 1. Coco Channel Empreendeu seu próprio negócio. 2. A francesa Suzanne Lenglen foi a primeira grande atleta no tênis feminino. 3. A brasileira Tarsila do Amaral, foi pintora modernista, considerada a imagem da mulher independente e lliberada. Fonte: <http://www.vogue.com/865956/best-bobs-of-all-time/>; http://www.emersonkent.com/history_notes/suzanne_lenglen.htm; http://obviousmag.org/pintores-brasileiros/tarsila_do_amaral/a-vida-pessoal-de-tarsila-do-amaral.html



Figura 38: Talheres art nouveau. 1. Par de talheres para serviço, com cabos em prata, cinzelados com flores e folhagens. 2. Talheres em prata com dourado, formas características art Nouveau. Fonte: <http://www.antonioferreira.lcl.br/peca.asp?ID=24597>; http://www.lamidesarts.fr/epages/167248.sf/es_ES/?ObjectPath=/Shops/167248/Products/104471

De acordo com estudiosos da história do design, como Thomas Hauffe (1996) e Sparke *et al* (1986), nos anos '30 houve um aumento da produção em massa de bens de consumo. Para garantir níveis crescentes de consumo, o design e as novas tecnologias (principalmente os novos materiais como ligas metálicas e plásticos) passam a ser mais utilizados, e a diversificação das mercadorias torna-se uma necessidade imprescindível. Houve um aumento da ação e influência dos designers e, com isso, maior conscientização sobre a importância do design para o mercado. Um maior número de pessoas agora tinha acesso a produtos criados por profissionais, e novos nichos de mercados vão surgindo: novos materiais e novas técnicas de produção, de um lado, e diversificação de estilos, de outro, ajudam a responder às crescentes necessidades de diferenciação por status que o contexto

próspero demandava, e as mulheres ricas e influentes tiveram certa influência em contribuir para a afirmação de estilos, modas, e a geração de nichos.

Para Gilles Lipovetsky (2007), as técnicas industriais de desenvolvimento de máquinas, a padronização das mercadorias e aumento da quantidade de fluxos não poderiam ser, unicamente, suficientes para o nascimento do capitalismo de consumo. Houve, então, concomitante a isso, uma “construção cultural e social” (IBID, 2007, p. 28) que fez necessário a 'educação' dos consumidores “ao mesmo tempo que o espírito visionário de empreendedores criativos, à 'mão visível dos gestores’” (IBID, 2007, p. 28).

Dessa forma, com a produção em massa e o reforço das marcas, os consumidores passam a perder a sua relação histórica com os varejistas distribuidores e passam a depositar suas expectativas e julgamentos em um fabricante desconhecido ou em uma marca. Com o início da industrialização de alimentos e do *fast food*, em meados do séc. XX, e como consequências da revolução industrial e da produção agroalimentar, surgem como resposta, movimentos relacionados aos novos comportamentos, também, com relação à alimentação. O *fast food* surge como uma forma de preencher espaços deixados pelas novas relações sociais, de trabalho e de tempo. Novos atores sociais são envolvidos, como as crianças e os jovens, (fig. 39).

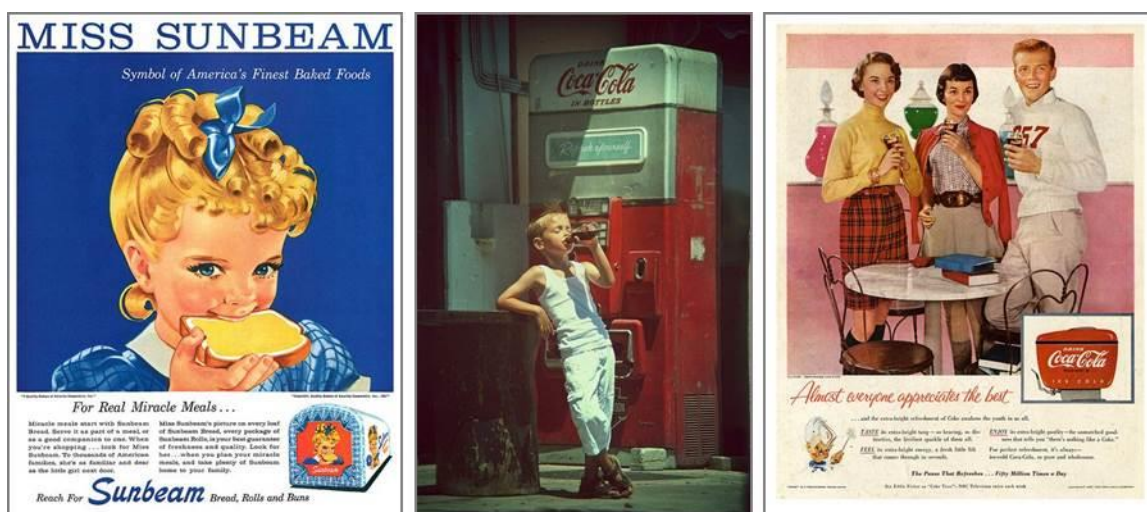


Figura 39: Cartazes públicos infantis e jovens. Cartaz de 1957, do pão Sunbeam. 2. Criança bebendo coca-cola. 3. Jovens em um cartaz da coca-cola e um destaque para a máquina de refrigerantes, streamlining, desenvolvida para a empresa por Raymond Loewy. Fonte: <https://www.pinterest.com/pin/202802789444093487/>; <https://www.pinterest.com/pin/469148486153228793/>; <https://www.pinterest.com/pin/185914290841513234/>

Nesse novo formato, os utensílios de cozinha parecem desnecessários, pois novos materiais e novos projetos para embalagens surgem para substituir os talheres e suas funções. O consumo e a descartabilidade se tornam cada vez mais estimulados. Os produtos passam a ser facilmente consumidos e descartados, como utensílios de cozinha, que começam a ser fabricados em plástico, além dos copos, canudos e embalagens de papel, (fig. 40).



Figura 40: Embalagens descartáveis, latas de suco, e sacos de alimentos rápidos descartáveis. Os utensílios de cozinha como pratos, copos e talheres são desnecessários. Fonte: <http://www.pinterest.com/pin/155022412146369599/>; <https://www.pinterest.com/pin/317011261247251825/>; <https://www.pinterest.com/pin/136656169917932512/>

Surge o mercado dos produtos light e diet e uma nova oportunidade de produtos e utensílios de cozinha ganha espaço. Desde embalagens de todas as formas e para todos os usos, até talheres que marcam as calorias consumidas. Na contemporaneidade, são vários os eletroeletrônicos, nessa linha, que foram desenvolvidos para controlar o consumo de gordura dos alimentos, ou melhorar a qualidade no preparo dos alimentos, entre outros, (fig. 41).



Figura 41: Talheres para contar calorias e consumo de sódio. Fonte: <http://www.onehealthmag.com.br/index.php/talher-emagrecedor/>; <http://blog.groupon.com.br/2013/10/23/preguica-de-fazer-o-jantar/>

Os novos materiais desenvolvidos e as novas tecnologias para o desenvolvimento de produtos abriu novas possibilidades para a criação de linhas de produtos “amigáveis”, cujo grau de refinamento da técnica e de interação com os atores sociais (público alvo) lhe dá um caráter simpático e divertido. Muito próximo dessa linha mais contemporânea de produtos, estão os produtos próprios para novos nichos de mercado, como a infância, possibilitados pela flexibilidade e o baixo custo do uso de novos materiais. (fig. 42 e 43).



Figura 42: 1. Produtos marca Alessi. 2. Produtos que fazem uso de novos materiais e tecnologias para atingir de maneira simpática e divertida, um público específico. Fonte: <http://www.alessi.com/en/>;



Figura 43: Produtos infantis. Fonte <http://www.yankodesign.com/2008/01/22/feeding-your-baby-just-got-easier/>; http://www.blognaneanem.com.br/2010_12_01_archive.html; <http://fotos.noticias.bol.uol.com.br/entretenimento/2013/03/14/confira-cadeiroes-e-utensilios-para-a-hora-da-papinha-do-bebe.htm>

Nos mesmos anos, outras multiplicações de sentido emergem. O *slow food* pretende desacelerar o ritmo do *fast food*, desindustrializar a cozinha e estimular o interesse pelo

sabor e pelo saber. Seus utensílios seguem a mesma lógica. Há, portanto, um retorno dos rituais à mesa, dos talheres que compunham esses rituais e, assim, uma preocupação de como são desenvolvidos os materiais para tais objetos (fig. 44).



Figura 44: Facas da marca Ork. Modo artesanal de forja e fabricação. Facas profissionais para exportação. 1. Uso culinário. 2. Uso em acampamentos e em outras situações adversas. Fonte: <http://www.organicknives.com/#!/collection/c1p9k>

O sistema *slow food* possibilita o surgimento das cozinhas *gourmet*, montadas como uma segunda cozinha nas casas, ou mesmo nos estabelecimentos comerciais e equipadas com utensílios mais sofisticados e que permitam preparar pratos mais sofisticados, próprios para degustação, para testar e conhecer sabores. Trata-se de um espaço com um caráter puramente social e que representa grande valor simbólico, em termos de status e da expressão de um estilo de vida refinado e, ao mesmo tempo, “consciente”.

Nesses ambientes, ou mesmo, em restaurantes especializados, são fortes as relações com a experiência gustativa. Portanto, em um contexto cada vez mais especializado, surgem os utensílios com o objetivo de contribuir para o estímulo sensorial, quando da experiência gustativa.

É neste contexto que se encontra a proposta da cozinha molecular, a cozinha em que um dos objetivos, segundo o chef Ferran Adrià, é uma linguagem por meio da qual se pode expressar harmonia, criatividade, felicidade, beleza, poesia, complexidade, magia, humor, provocação, (fig. 45).

5.1 Considerações conclusivas

Os objetos técnicos são, em última instância, sintomas de contextos culturais e valores socialmente compartilhados. Eles tornam tangíveis, cristalizados em forma material, processos culturais, ideologia, relações de poder. Eles são, também, ao mesmo tempo necessários para torná-los estáveis, reproduzi-los, fortalecê-los.

Os objetos são, em qualquer sociedade, necessários para subsistência, mas apresentam outra função, pois, estão ligados à construção e manutenção de relações, rituais, trocas, normas. Apresentam, portanto, um duplo papel, provendo subsistência e desenhando, ou mapeando, as relações entre indivíduos e grupos. Para compreender um objeto técnico, ou mesmo, compreender as escolhas de consumo que o envolvem, é necessário, analisar os processos sociais como um todo e não apenas o objeto ou o ato de consumir isoladamente.

O processo, principalmente contemporâneo, de consumo reflete aspectos importantes das configurações morais e valorativas atuais, carregam importantes elementos simbólicos, que dizem algo sobre os processos de individuação, bem como sobre a história de um indivíduo ou grupo e sua rede de relações. O ato de consumir se torna um processo no qual, grupos sociais, ou atores sociais são continuamente definidos, afirmados ou, mesmo, redefinidos.

Analisamos uma faceta de tais processos ao longo desse trabalho, por meio de investigação da história sociotécnicas dos utensílios de cozinha, objetos que representam bem, esse duplo papel: de objeto utilitário e como associado a relações sociais.

Assim, também, pode ser compreendida a ação de consumir, entrelaçada, hoje mais do que nunca, a formas de pertencimento identitário.

O design, dentro de sua função de diferenciador social, precisou como vimos, acompanhar as mudanças, em intervalos de tempo cada vez menores. É neste contexto de fluidez, de velocidade, de relações superficiais, entre outras características, que o profissional de design teve de ir além do projeto de interface ou, mesmo, da pura experiência, e inovar passando ao projeto da emoção, do sentimento de felicidade.

Esse processo pode ser visto também nos movimentos gastronômicos. O design sai de um contexto de projeto de interface e da experiência simples de alimentar. A cozinha *slow food* e, principalmente, a cozinha molecular, apresentam de forma cada vez mais explícita essa busca por sensações e emoções, esta transformação de uma experiência subjetiva intangível em produtos tangíveis, e comercializáveis.

REFERENCIAS

ADRIÀ, Ferran. **Leia manifesto de Ferran Adrià sobre a cozinha molecular**. 2011. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/comida/953397-leia-manifesto-de-ferran-adria-sobre-a-cozinha-molecular.shtml>. Acesso em: <30 nov. 2014.

ARON, Raymond. **As etapas do pensamento sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BARBOSA FILHO, Antonio Nunes. **Projeto e Desenvolvimento de Produtos**. São Paulo: Atlas, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

_____. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

_____. **O Mal-Estar da Pós-Modernidade**. 1ªed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

_____. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: J. Zahar. 2005

_____. **Arte da vida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

BERTOLA, P. Il design nel pensiero scientifico: verso una fenomenologia del design. In: **Design multiverso: appunti di fenomenologia del design**. Milano: Edizioni POLI, 2004.

BONSIEPE, G.. **Design: Do Material ao Digital**. Tradução Cláudio Dutra. Florianópolis: FIES/IEL, 1997.

BUCHANAN, Richard. **Four boundaries of service design**. Pittsburg: Emerge, 2007. Disponível em: <http://designgeneralist.blogspot.com/2009/02/richardbuchanan-on-four-boundaries-of.html>>. Acesso em: 04 de set. de 2013.

BÜRDEK, B.E. **História, Teoria e Prática do Design de Produtos**. São Paulo: Blücher, 2006.

BOURDIEU, Pierre; ORTIZ, Renato. **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. (Grandes cientistas sociais; 39).

CAMPOS, Jorge Lúcio de. CHAGAS, Filipe. **Os conceitos de Gilbert Simondon como fundamentos para o design**, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/campos-jorge-chagas-filipe-conceitos-de-gilbert-simondon.pdf>. Acesso em: 30 de nov. de 2014

CARDOSO, R. **Design, Cultura Material eo Fetichismo dos Objetos**. Revista Arcos, Rio de Janeiro, v. 1, p. 14-39, 1998.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CARSON I.A. Ritchie. **Comida e Civilização**, Ed. Assírio & Alvim, 1995.

COBRA, Rubem Q. **Os talheres**. Brasília, 2001. Disponível em: <www.cobra.pages.com.br> Acesso em: 29 de junho de 2014.

COELHO, Luiz Antonio Luzio (Org.) . **Design método**. Rio de Janeiro e Teresópolis: Editora PUC-Rio e Novas Idéias, 2006.

CUNHA, Analu. Design e industrialização. In: Design e Industrialização. Cadernos educativos: programa oi futuro. Rio de Janeiro, 2007.

CUSHMAN, S. **The safety bike**. Charlottesville. Disponível em:<<http://xroads.virginia.edu/2/hendrick/safety.html>>. Acesso em: 18 de julho de 2014

DAMÁZIO, V. Design e Emoção: Alguns pensamentos sobre artefatos de memória. In: **7º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design** Curitiba, Unicamp/AEND-Brasil, 2006.

DEMPSEY, Amy. **Estilos, Escolas e Movimentos**. Tradução de Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São Paulo: editora Cosac Naify, 2003.

DESMET, P. M. A.. **Designing emotions**. Delft: Universidade tecnológica de delft, 2002.

DOUGLAS, M; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

DÓRIA, Carlos Alberto. **O advento da gastronomia materialista: Visita do físico-químico Hervé This mostra atraso brasileiro na compreensão dos fenômenos culinários**. Revista trópico: CIÊNCIA, 2007. Disponível em: <<http://www.revistatropico.com.br/tropico/html/textos/2927,1.shl>>. Acesso em: 12 de fev. de 2015

DURKHEIM, Émile. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ELIAS, N. **O processo civilizador: Uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994, v I.

_____. **O processo civilizador: Formação do Estado e Civilização**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994, v. II.

ELIAS, Norbert; SCHROTER, Michael. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

FEENBERG, Andrew. Racionalização democrática, poder e tecnologia. Ricardo. T. Neder (org.). In: **Ciclo de Conferências Andrew Feenberg**, 2010

FEENBERG, A. **Transforming Technology**. New York: Oxford University Press, 2002.

FEENBERG, A.. **Critical theory of technology**. New York: Oxford University Press, 1991.

FISCHLER, C. A *McDonaldização* dos costumes. In: **FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. História da alimentação**. 6.^a ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

FIELL, C. & P. **Design do Século XX**. Köln: Taschen, 2000.

_____. **Design Handbook – Conceitos, Materiais, Estilos**. Tradução de João Bernardo Boléo. Colônia: editora Taschen, 2006.

FORTY, Adrian. **Objeto do desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FREIRE, Karine. Reflexões sobre o conceito de design de experiências. In: **Strategic Design Research Journal**. V. 2(1), p. 37-44. Rio de Janeiro: Unisinos, 2009.

FRUGONI, Chiara. **Invenções da Idade Média, óculos, livros, bancos, botões e outras inovações geniais**. Ed. Jorge Zahar, 2007.

GALBRAITH, J. K. Entrevista oferecida a Ennio Caretto In: **Jornal Corriere della Siera**. 1997.

GOMES, L. V. N. **Desenhismo**. 2. Ed., Santa Maria: UFSM, 1996.

GYMPEL, Jan. **História da arquitetura: da antiguidade aos nossos dias**. Colônia: Könemann, 2001.

HAUFFE, Thomas. **Design: an illustrated historical overview**. Cambridge, Mass. Barron's educational, 1996.

HESKETT, John. **Desenho Industrial**. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1997.

HICKOK. **Cycling's golden era**. Green Bay. Disponível em: <www.hickoksports.com/history/cycling02.shtml . Acesso em 18 de julho de 2014

IIDA, I.. Contribuições Ergonômicas ao Design. In: **6º Congresso Internacional de Ergonomia e Usabilidade de Interfaces Humano-tecnologia: produtos, informação, ambiente construído e transporte** Bauru, Ergodesign, 2006.

KYLE. **A short history of the bike**. Filadélfia. Disponível em :<
www.bikyle.com/history_of_bike.htm . Acesso em: 18 de julho de 2014

KRIPPENDORFF, K. **Design centrado no ser humano: uma necessidade cultural** Estudos em Design – Rio de Janeiro v.8 n 3, 2000.

LEMME, Arie Van de. **Art Déco – Guía Ilustrada del Estilo Decorativo**. Tradução de Gloria Mora. Madri: Editorial Ágata, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles; BERTRAND, Richard. **A sociedade da decepção**. Barueri, SP: Manole, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. Lisboa: Edições 7ª, 2007.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial: Bases para a configuração de produtos industriais**. São Paulo: Edgar Blücher, 2001.

LOPES, José Antônio Dias. **A rainha que virou pizza**. Cia Editora Nacional, 2007

MAISTRE, Gilles de. Los Alquimistas de la cocina. Madrid: Divisa Home Video. 1 DVD (155 min), som, cor. Dublado em espanhol, 2006.

MALDONADO, Tomas. **Design Industrial**. Coleção: Arte & Comunicação, 1993.

MANZINI, E; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: EDUSP, 2005.

MARX, Karl. **O capital**: critica da economia politica. 9. ed. Sao Paulo: Difel, 1984

MCLELLAN, D. **Karl Marx: vida e pensamento**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1990.

MELO, Victor Andrade De; SCHETINO, André. **A bicicleta, o ciclismo e as mulheres na transição dos séculos mulheres na transição dos séculos XIX e XX**. Estudos Feministas, Florianópolis, 17(1): 111-134, janeiro-abril/2009

MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS. **Innovation is served: innovation lecture**. Netherlands (Holanda), 2009. Disponível em:<www.ez.nl>. Acesso em: 15 jul. de 2013.

MINTZ, S.W. **Comida e antropologia uma breve revisão**. Revista Brasileira de Ciências Sociais V.16, n.47, Oct/2001.

MITCHELL, T. **Redefining designing: from form to experience**. New York, Van Nostrand Reinhold, 1993.

MORITZ, S. **Service design: practical access to an involving field**. Londres: KISD, 2005.

MORVILLE, Peter. **User experience design**. EUA: Semantic studios LLC, 2004. Disponível em: <<http://semanticstudios.com/publications/semantics/29.php>>. Acesso em: 14 out. 2013.

MOULIN, Leo. **Os prazeres da mesa. A história de comer e beber na Europa**. Ed: Fonds Mercator, 2002.

MOURA, Mônica. **O Design de Hipermídia** (tese doutorado). Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica. PUC/SP, 2003.

NIEROP, O. A., BLANKENDAAL, A. C. M., OVERBEEKE, C. J. The evolution of the bicycle: a dynamic systems approach. In: **Journal of Design History**. v.10, p.255-266, 1997.

NORMAN, D. A. **Emotional design: why we love (or hate) every day things**. New York: Basic Books, 2004.

OLIVEIRA, S.P., MONY A.T. **Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar**. Rev. Saúde Pública V.31, n.2, Apr/1997.

PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965.

PATTERSON, L. **The museum of science, art and human perception**. 2004. Disponível em: <www.exploratorium.edu/cycling/brakes1.htm>. Acesso em: 27 de maio de 2014

PEQUINI, S. Mariño. **A evolução tecnológica da bicicleta e suas implicações ergonômicas para a máquina humana: problemas na coluna vertebral x bicicletas dos tipos Speed e Mountain bike**. Dissertação. FAU/USP, São Paulo, 2000.

PETRINI, Carlo. **Slow Food: princípios da nova gastronomia**. São Paulo: Editora Senac, 2009.

PINCH, Trevor J.; BIJKER, Wiebe E. The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other. In: **Social Studies of Science**. Sage Publications Vol. 14, No. 3, pp. 399-441 - Aug., 1984.

PINE, J.; GILMORE, J. H. Welcome to the experience economy. In: **Harvard business review**. Boston: Harvard business school press, 76(4), p. 97-105, 1999.

PISSETTI, Rodrigo Fernandes; SOUZA, Carla Farias. Art Déco e Art Nouveau: confluências. In: **Revista Imagem**. Faculdade da Serra Gaúcha, v 1, nº 1 jun-dez 2011.

RITZER, George. **The McDonaldization of Society**. Minnesota, Pine Forge Press, 5ª ed., 2007.

RODA, R.; KRUCKEN, L. Gestão do design aplicada ao modelo atual das organizações: agregando valor a serviços. In: **Proceedings P&D - 6o congress brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design**. São Paulo: Fundação Armando Álvares Penteado - FAAP, 2004.

ROMAGNOLI, Daniela. Guarda no sítio vilão: as boas maneiras à mesa. In: **FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. História da alimentação**. 6.ª ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. **O império McDonald e a mcdonalização da sociedade: Alimentação, cultura e poder**. Seminário facetas do império na história ProDoc/CAPES, Paraná, 2006.

SEMBACH, Klaus-Jürgen. **Arte Nova – A Utopia da Reconciliação**. Tradução de Luís Milheiro. Colônia: editora Taschen, 2007.

SIDWELLS, C. **Manual Completo de Bicicletas e Ciclismo**. Editora Civilização, 2003.

SILVA, Marco. **Sala de aula interativa**. Rio de Janeiro: Quartet, 4ª ed. 2006.

SIMONDON, Gilbert. **El modo de existencia de los objetos tecnicos**. Buenos Aires, Prometeo, 2007.

SISMONDO, Sergio. **An introduction to science and technology studies**. 2ª ed. Graphicraft Limited, Singapura, 2010.

SPARKE, Penny; *(et al)*. **Design source book**. London. QeD Publishing, 1986.

SURI, Jane. The experience evolution: developments in design practice. In: **The Design Journal**. v. 6, issue 2, p. 39-48 (10). EUA: Berg publishers, 2003.

THIS, Hervé. **Um cientista na cozinha**. São Paulo: Ática, 2003.

_____. **Molecular gastronomy: Exploring the science of flavor**. Columbia: Columbia University Press, 2008.

TONETTO L. M., COSTA F. C. X. **Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa**. Strategic Design Research Journal, v. 4, n. 3, Sep - Dec, 2011.

VERGANTI, R. Design as brokering of languages. The role of designers in the innovation strategy of Italian firms. In: **Design management journal**, v. 14. EUA: DMI publications, 2003.

APÊNDICE A: SELEÇÃO DE PARTES RELEVANTES DO CORPUS DE MATERIAIS E IMAGENS UTILIZADAS PARA ANÁLISE
