FÓRUM

Submetido 31.07.2017. Aprovado 26.12.2017
Avaliado pelo sistema *double blind review* Editores Científicos Convidados: Marina Heck, Jeffrey Pilcher,
Versão traduzida
DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020180304

APRESENTAÇÃO DO *CHEF* NA VIDA COTIDIANA: SOCIALIZAÇÃO DOS *CHEFS* EM LIMA, PERU

The presentation of the chef in everyday life: Socializing chefs in Lima, Peru

Presentación del chef en la vida cotidiana: Socialización de chefs en Lima, Perú

RESUMO

Durante as últimas duas décadas, o Peru tem assistido a uma dramática expansão de restaurantes e atenção à sua gastronomia, um fenômeno conhecido como o "*boom* da gastronomia". Os *chefs* peruanos tornaram-se celebridades nacionais, e os seus esforços empresariais e culinários foram retratados como um meio de transformar o Peru em uma nação mais próspera. Neste artigo, com base em 16 meses de pesquisa etnográfica em Lima, examinei as práticas de socialização encontradas em duas escolas culinárias, para esclarecer como o trabalho culinário está ligado à formação de pessoas no Peru. Demonstro que os instrutores incentivam os estudantes a evitar práticas de negócios localmente classificadas como "vivo" (desonesto e astucioso) para se tornarem mais organizados. Também incutem nos alunos a importância de ter a ambição necessária para alcançar uma proeminência internacional. Em conjunto, essas lições promovem um modelo para um cidadão peruano jovem e saudável, cuja combinação de extroversão e restrição exemplifica o potencial do Peru na economia global.

PALAVRAS-CHAVE | Educação culinária, socialização, empreendedorismo, Peru, gastronomia.

ABSTRACT

Over the past two decades, Peru has seen a dramatic expansion of restaurants and attention to Peruvian cuisine, a phenomenon known as the "gastronomy boom." Peruvian chefs have become national celebrities, their entrepreneurial and culinary efforts portrayed as a means of transforming Peru into a more prosperous nation. In this paper, based on sixteen months of ethnographic research in Lima, I examine socialization practices in two culinary schools to elucidate how culinary work is linked to person formation in Peru. I show that instructors encourage students to eschew business practices locally classified as vivo (dishonest and crafty) in order to become more orderly. They also instill in students the importance of having the ambition necessary to achieve international prominence. Together, these lessons promote a template for a new, ideal Peruvian citizen whose combination of extroversion and restraint exemplifies Peru's potential in the global economy.

KEYWORDS | *Culinary education, socialization, entrepreneurship, Peru, gastronomy.*

RESUMEN

Durante las últimas dos décadas, Perú ha visto una drástica expansión de restaurantes y atención a su gastronomía, fenómeno conocido como el "boom de la gastronomía". Los chefs peruanos se han convertido en celebridades nacionales, sus esfuerzos emprendedores y culinarios se han retratado como medio de transformar Perú en una nación más próspera. En este estudio, basado en 16 meses de investigación etnográfica en Lima, examino prácticas de socialización en dos escuelas de gastronomía para aclarar cómo el trabajo culinario está relacionado con la formación de la persona en Perú. Muestro que los instructores alientan a los estudiantes a evitar prácticas de negocios localmente clasificadas como vivas (deshonestas y arteras) para ser más disciplinados. También infunden en los estudiantes la importancia de tener la ambición necesaria para alcanzar prominencia internacional. En conjunto, estas lecciones promueven un molde para un nuevo e ideal ciudadano peruano cuya combinación de extroversión y moderación ejemplifica el potencial de Perú en la economía global.

PALABRAS CLAVE | *Educación culinaria, socialización, iniciativa empresarial, Perú, gastronomía.*

AMY LASATER-WILLE
amy.lasaterwille@nyu.edu
ORCID: 0000-0001-6904-8107

New York University, New York, NY, Estados Unidos da América

 © RAE | São Paulo | **V. 58** | **n. 3** | **maio-jun 2018** | 233-243 ISSN 0034-7590

INTRODUÇÃO

Carlos dividiu seus alunos em dois grupos. Puxando-nos pelo chão empoeirado, embaralhamo-nos em cada lado da sala de aula e formamos duas filas: cinco mulheres de um lado de frente para quatro homens do outro. Carlos esperou no meio. Quando tivemos de nos organizar corretamente, ele nos disse qual a tarefa: um por um, cada aluno do lado masculino da sala a atravessaria e fingiria seduzir uma estudante de sua escolha. O objetivo foi projetar poder e confiança; se um aluno parecesse fraco, ele teria que fazer isso de novo. "Você sabe quem é Sean Connery?" – Carlos perguntou em espanhol, para explicar. "Ele não é um gato? Ele está velho, mas pode conseguir o que quiser".

Ele parou e fez sinal para Esteban (um pseudônimo), um pequenininho de 18 anos que estava no fim da fila, bem em frente a mim. Esteban caminhou em direção a Maripas, na outra ponta da fila, colocando um pé na frente do outro e mantendo contato visual, objetivo, mas tímido. "Não está confiante o suficiente!" – Carlos gritou; então demonstrou como se atravessa uma sala, caminhando confiante na direção de uma menina chamada Wendy, que riu quando ele parou quase a ponto de tocar nela. "De novo!" – ele disse. Esteban tentou mais uma vez, mais rápido e com uma postura mais firme.

Um a um, meus colegas praticaram seus passos de sedução. Primeiro, os homens; depois, as mulheres. Leomar, de rosto redondo, ouviu que deveria ser mais *galán* (poderoso como um protagonista); Victor, de 30 anos, o estudante mais velho e líder não oficial da turma, viu-se elogiado por sua postura ereta e andar confiante. "Lembrem-se!" – disse Carlos, quando todos tinham acabado – "Vocês devem estar sempre confiantes. Se estiverem, ninguém poderá dizer nada de ruim sobre vocês". Ele nos liberou na tarde úmida, cada um de nós limpando as calças xadrez largas e passando pelas salas vazias em direção à saída principal da Cenfotur.

Carlos estava ensinando o que equivalia a uma aula de teatro, mas a Cenfotur não é uma escola de arte; é um instituto de turismo subvencionado pelo Estado em um bairro costeiro de Lima, capital do Peru. Meus colegas estavam começando o primeiro de quatro semestres na escola de culinária. A aula de Carlos, *Taller de Desinhibición* (que se traduz grosseiramente como "*workshop* de desinibição"), era um curso semanal obrigatório. Quando, como uma antropóloga participando de aulas na Cenfotur, eu disse para meus colegas que eu estava surpresa porque tiveram uma aula de teatro, descobri que quase todos pensavam que fosse natural. Eles presumiram que um curso de autoapresentação deve naturalmente ser parte fundamental do treinamento culinário. Da mesma forma, os administradores da escola de culinária tenderam a explicar suas missões como "formando gente" ou *creando personas*, em vez de formar profissionais ou transmitir habilidades específicas.

Com efeito, ainda que as escolas culinárias peruanas realmente ensinem aos alunos habilidades culinárias, muitas vezes os traços que alunos e professores concordaram ser vitais para um *chef* pouco tinham a ver com a culinária propriamente; na realidade, eles revelavam elementos da personalidade, assim como formas de abordar o mundo e interagir com os outros. Neste artigo, argumento que essas características se tornaram essenciais para a cultura do *chef* peruano, pois elas criam uma mão de obra com uma mistura notável de extroversão e contenção, uma combinação de traços que os instrutores enaltecem, por sua adequação para interagir com turistas e consumidores internacionais. No entanto, o processo de criação desses trabalhadores tem implicações além da mera cultura de uma mão de obra de profissão específica. Como as escolas de culinária para desenvolver tipos específicos de trabalhadores de restaurantes, elas também se veem como desenvolvedoras de cidadãos nacionais e globais, membros da sociedade cuja adesão às normas internacionais de culinária serve como prova de que a classe trabalhadora do Peru pode ser modernizada. Como resultado, a inculcação das qualidades do *chef* perfeito nos estudantes de culinária de Lima alivia a ansiedade sobre a adequação do Peru ao mercado mundial. Isso também se alinha com uma crescente tendência global para ver *chefs* como ativistas e reformistas, um movimento que retrata o desenvolvimento da personalidade das escolas de culinária, exibindo potencial não somente para melhorar candidatos individuais, mas também a imagem do Peru diante do mundo.

MÉTODOS E ORIGENS: O *BOOM* DA GASTRONOMIA COMO CAMPO DE TRABALHO DA ANTROPOLOGIA

No dia 13 de setembro de 2011, um grupo internacional de *chefs*-celebridades autointitulados G9 publicou uma declaração destacando as obrigações sociais dos *chefs* e proclamando sua capacidade de mudar o mundo. Chamada de Declaração de Lima, esta "carta aberta aos *chefs* de amanhã" foi elaborada durante a sessão de 2011 de Mistura, o festival anual de gastronomia do Peru. Ela contém sete pontos divididos em quatro seções, destacando a responsabilidade do mundo da culinária quanto a melhorar a natureza, a sociedade, a transmissão de conhecimento e a expressão artística (Bianchi, 2011).

 CC BY ISSN 0034-7590

Quando essa declaração chegou aos jornais e blogs em todo o mundo, a resposta foi surpreendente. O *blog* do jornal *The Guardian*, *Word of Mouth*, publicou um artigo de opinião do crítico Jay Rayner intitulado "O manifesto dos *chefs*: Caiam na real, por favor", que concluiu que os *chefs* "cometeram o terrível erro de pensar que alguém realmente dava a mínima para o que eles pensam" (Rayner, 2011, tradução nossa). Até mesmo os membros da lista de *e-mails* da Associação para o Estudo da Alimentação e Sociedade abordaram as notícias sobre o poder transformador dos *chefs* com um olhar cético. No Peru, no entanto, a resposta para a Declaração de Lima foi de celebração. *El Comércio* entendeu a conferência do G9 como um sinal de progresso para a cena de culinária de Lima (Pastor, 2011). Enquanto isso, a última parte da seção de comentários do *blog* de Rayner tornou-se um fórum para os peruanos explicarem a Declaração de Lima no contexto de seu país. "Para compreender por que este grupo de chefs decidiu assinar um manifesto que muitos de vocês acham cafona e exagerado, vocês só vão ter de estudar o que aconteceu no Peru nos últimos 10 anos", um comentarista resumiu. "Convido você a fazer um relatório do trabalho que Gaston [Acurio, um *chef*-celebridade] tem feito no Peru, e certamente ficará inspirado o suficiente para assinar um Manifesto [sic] desses".

Como essas reações podem indicar, enquanto a ideia de um *chef* como figura política pode parecer absurda fora do Peru, para muitas pessoas em Lima, a representação dos *chefs* como imagens de desenvolvimento e salvação tornou-se quase uma questão de bom senso. Certamente, para as pessoas que conheci nas escolas de culinária e restaurantes de Lima, a cozinha era um ponto focal natural para discussões sobre o futuro da sociedade. Parte dessa confiança na indústria da culinária está relacionada a históricos específicos e condições econômicas. Em 1992, o ano em que muitos de meus colegas nasceram, o Peru estava emergindo de mais de uma década de terrorismo e colapso econômico; nos anos 2000, uma série de políticas econômicas neoliberais e o rejuvenescimento dos negócios fizeram da economia do Peru uma das que mais rápido cresceram na América Latina. Alguns dos negócios mais bem-sucedidos do Peru lucram com a extração de recursos naturais; no entanto, muitos outros estão ligados à comida do Peru e à cozinha, que vão desde a exportação de aspargos, quinoa e páprica para o revigoramento do turismo. O surgimento dessas empresas alimentares ocorreu em paralelo com o crescimento das viagens gastronômicas, da mídia e da celebridade em escala mundial, tendo o foco na cozinha peruana como parte de um crescimento mais amplo na indústria da culinária, fortalecida pela mídia e pelo turismo (Rousseau, 2012; Ruhlman, 2006). Hoje, o "*boom* de gastronomia" do Peru é evidente nas cadeias de restaurantes peruanos que se propagaram pela América do Sul e Europa, bem como no valor estimado em 3% de produto interno bruto (PIB) do Peru, atribuído aos restaurantes do país (Economist, 2014). Em 2017, o Peru era a casa de dois dos 20 melhores restaurantes do mundo (William Reed Business Media, 2017). Nesse ambiente, cozinhar é uma profissão acessível que tem o potencial para grandes recompensas, e milhares de jovens de todo o país têm se matriculado em escolas de culinária para emular os *chefs* que se tornaram algumas de suas mais queridas celebridades.

Contudo, não é só o potencial de lucro que tem conduzido jovens peruanos para se matricularem em escolas de culinária e restaurantes abertos; é também a mensagem amplamente divulgada de que a comida é essencial para a expressão das identidades individuais dos peruanos e sua herança compartilhada como peruanos. Essa mensagem é semelhante à identificação da comida com herança, que ocorre em vários locais ao redor do mundo (Counihan, 2004; Fajans, 2012; Sutton, 2014), porém os peruanos veem a forma de seu *boom* de gastronomia como essencialmente sua. Muitas pessoas disseram-me que essa ênfase na comida esteve, em certa medida, sempre presente no Peru; disseram-se que os peruanos naturalmente gostam de comer, que eles têm um bom gosto especial e sempre foram bons cozinheiros. Ao mesmo tempo, eles especularam que o *boom* de gastronomia surgiu neste momento porque os peruanos precisam se lembrar de que há algo que todos fazem bem. Eternos perdedores na guerra e no futebol, a cozinha é uma esfera na qual os peruanos de todas as origens socioeconômicas e étnicas agora vencem em escala global.

A mensagem aberta desse tropo comum – de que o *boom* da gastronomia do Peru oferecerá oportunidades e o *éthos* necessário para criar uma sociedade mais próspera e inclusiva – é facilmente vista com ceticismo; muitos peruanos que conheci, ricos e pobres, foram céticos com os *chefs* e os oficiais da sociedade de gastronomia que fazem essas alegações. Os cientistas sociais que analisam essas campanhas têm também salientado que o *boom* da marca de inclusão na gastronomia realmente exclui as contribuições de muitos grupos de peruanos, muitas vezes os mesmos grupos que historicamente têm sido impedidos nos espaços de elite (Alcalde, 2009; García, 2013). Todavia, limitar uma análise do *boom* da gastronomia a suas imprecisões retóricas tem o risco de ocultar os efeitos reais que ele teve nas vidas de muitas pessoas. Em vez disso, o *boom* da gastronomia deve ser visto antropologicamente, não apenas como um conjunto de alegações sobre inclusão e diversidade, mas também como uma série de manobras sociais e políticas

 CC BY © RAE | São Paulo | **V. 58** | **n. 3** | **maio-jun 2018** | 233-243 ISSN 0034-7590

que reordenaram uma paisagem de oportunidades econômicas, criaram hierarquias e procedimentos de capacitação, e recompensaram novos tipos de comportamento, sociabilidade e autopercepção.

Escolas de culinária de Lima – muitas dos quais não existiam há 20 anos, ou, se o fizeram, foi de uma forma muito reduzida – são locais ideais para estudar essas mudanças, pois elas são os locais onde muitas dessas novas crenças e comportamentos são instanciadas. Para esse efeito, realizei 16 meses de pesquisa etnográfica em Lima, de agosto de 2011 a dezembro de 2012. Durante esse tempo, minha principal metodologia foi a observação participante em duas escolas de culinária de preço mediano: a Cenfotur e uma escola que estou chamando de LaCucina, que matricula muitos migrantes vindos da zona rural para a urbana e seus filhos. Esses alunos, muitas vezes, vieram de ambientes humildes; no entanto, a cada dia, ouviram de seus professores que tinham o potencial para se tornarem tão influentes quanto os *chefs*-celebridade, se se dedicassem adequadamente. Conforme mostraremos, em ambas as escolas, isso significa que os alunos aprendem a encarnar uma mistura calculada de normas internacionais e traços peruanos. O processo de aprender a criar essas personas prepara os alunos para representar o Peru (e vender a comida peruana) para o mundo. Isso também tem servido como um meio pelo qual os instrutores criaram um tipo de modelo peruano, cidadão, transformando uma população de migrantes pobres potencialmente problemática em trabalhadores criativos, capitalistas, cuja traço característico é o empreendedorismo.

Por ensinar a seus alunos o comportamento de funcionários adequados, os instrutores de culinária peruana estão em boa companhia mundialmente. Os cientistas sociais têm observado, há muito tempo, a conexão entre a socialização de características pessoais e a formação de trabalhadores capitalistas, desde o trabalho seminal de E. P. Thompson (1964) sobre a socialização de temperamentos entre os ingleses da classe trabalhadora ao mais recente trabalho sobre a flexibilidade dos valores dos trabalhadores da atualidade, de quem se espera a adaptação contínua a exigências de condições de trabalho em constante mudança (Comaroff & Comaroff, 2001; Ong, 1999). É notório que os antropólogos têm descrito os trabalhadores das últimas décadas como pessoas que se viam de uma perspectiva de agência neoliberal, um sentido de que as suas identidades, habilidades e mesmo culturas são "ativos negociáveis que devem receber investimentos contínuos, manutenção e desenvolvimento" (Gershon, 2011; Martin, 2000, p. 582, tradução nossa). Desse ângulo, a educação formal é um meio para um modo muito capitalista de autoaperfeiçoamento; os trabalhadores neoliberais eficazes entendem que o ganho de credenciais, relacionamentos e habilidades de escolaridade pode ser reinvestido em si mesmos, como em um negócio.

O ensino profissional no Peru, na maior parte privado, apoia-se explicitamente nessa visão de escolas como forma de investimento. Crianças da zona rural mudam-se para cidades especificamente para melhorarem pela educação e, implicitamente, para se tornarem moralmente superiores pela escolaridade (Leinaweaver, 2008). As famílias em todo o país aplicam grande parte de seu rendimento no ensino privado – em um grau que surpreende os observadores estrangeiros – porque acreditam em uma ligação direta entre educação e melhores empregos (World Bank, 1999). Como muitas escolas profissionais em Lima, LaCucina e Cenfotur beneficiaram-se dessa ideologia. As duas escolas são institutos de dois anos de duração que oferecem certificações de culinária reconhecidas pelo estado; dessa forma, são amplamente consideradas como oferecendo bom valor, produzindo alunos com conhecimentos e vantagens em troca de uma mensalidade relativamente pesada (cerca de 1.000 soles ou $ 380,00 por mês). Elas atraem estudantes de todo o espectro socioeconômico do Peru, mas – em parte porque os alunos mais ricos de Lima escolhem estudar culinária em universidades ou no exterior – esses grupos de alunos são esmagadoramente compostos pela classe média do país e por estudantes imigrantes ou filhos de imigrantes.

Muitos estudiosos do Peru preocupam-se que a educação oferecida em lugares como a Cenfotur e a LaCucina seja uma forma de racismo disfarçado, no sentido de que incentiva os alunos a adotarem traços associados a brancos para progredir (Leinaweaver, 2008). Esses avisos são particularmente pungentes, pois estudiosos do mundo todo perceberam que o "progresso" em si pode ser efêmero, uma vez que a educação formal tende a reforçar a estratificação de classes em vez de permitir mobilidade ascendente. A chave para essas críticas é o entendimento de que a educação reproduz e legitima a dominância de alguns significantes culturais sobre outros. Bourdieu e Passeron (1977) argumentam que a educação é um processo de exclusão social, pois permite a transmissão do capital cultural dentro de classes; entretanto, Paul Willis (1977) observa que os alunos de classe baixa participam de sua própria subjugação econômica por optarem por empregos de classe trabalhadora, o que consideram um ato de rebelião contra o conformismo.

Conforme mostraremos, as preocupações sobre o papel da educação peruana na reprodução de hierarquias existentes não são infundadas. Os alunos de gastronomia de Lima são, sem dúvida, encorajados a pensarem em si mesmos como coleções de talentos culinários individuais que podem ser comercializados

em todo o mundo; eles se distinguem uns dos outros por notas, estágios e trabalhos temporários eventuais que reforçam a crença de que alguns comportamentos e gostos são superiores a outros. Por outro lado, curiosamente, as características com que estudantes peruanos são socializados são também parte de um meio social específico do Peru, que reflete não só o lugar do indivíduo no mercado, mas também a relação entre os sistemas capitalista e o Peru como um país em um sentido mais amplo – um contexto em que o Peru como um todo foi visto até recentemente como insatisfatório. De modo diferente das muitas escolas profissionalizantes descritas na literatura antropológica (cf. Woronov, 2015), os alunos individuais na Cenfotur e na LaCucina não são vistos como "falhas" ou, automaticamente, de menor capacidade ou classe mais baixa do que os alunos em trajetórias acadêmicas. Em vez disso, o sentimento dominante nessas escolas – e, sem dúvida, em Lima como um todo – é que o Peru deve trabalhar como um país para superar sua posição de classe. Com cada aluno enquadrado como uma espécie de metonímia para o progresso do Peru, o empreendedorismo que meus colegas aprenderam a exemplificar carregava os traços da agência neoliberal e das ideologias raciais específicas do Peru, promovendo conscientemente a noção de que o sucesso individual equivale à melhoria nacional.

Cidadãos *vivos*, nação viva

Durante meu trabalho de campo em Lima, quase todo administrador de escola de gastronomia que entrevistei me disse que o objetivo da escola de culinária era transformar alunos em pessoas boas (*buenas personas*), que eles descreviam genericamente como éticas ou responsáveis. Estava implícita nessa caracterização a iminente visão de uma sociedade que impedia os alunos de serem pessoas boas se deixados à sua própria sorte; quando administradores se referiam a criar *buenas personas*; eles enfatizavam o fato de que estavam moldando alunos que ainda não eram bons quando chegaram. Um administrador me disse que muitas pessoas vieram à Cenfotur com uma atitude que permitia um comportamento antiético, e era seu trabalho treiná-los para serem diferentes. Com a formação, os estudantes poderiam tornar-se honestos e atentos à ordem e à limpeza. Sem isso, os alunos provavelmente se tornariam cozinheiros que roubariam de seus empregadores, venderiam comida fora do prazo de validade ou mal manuseada, ou diriam aos clientes que o restaurante estava servindo um peixe mais caro como o *lenguado* (solha), quando, em vez disso, estaria vendendo um peixe diferente, mais barato, que parecesse similar.

Quando os instrutores me falavam sobre esse tipo de pessoa, frequentemente usavam a palavra *vivo* em espanhol, que literalmente significa *vivo*, e no Peru se refere a ser esperto ou inteligente também, capaz de desrespeitar as regras oficiais para obter ganhos pessoais. Conquanto não abertamente racial, o termo faz referência a uma longa história de ambivalência em relação à presença de povos rurais ou indígenas em cidades peruanas. Alguém no Peru pode ser *vivo*, mas isso se refere a um tipo de artimanha que burla as normas oficiais e, como tal, muitas vezes implica um contraste com um modo de vida que é mais adequado e implicitamente europeu. Em Lima, a associação entre traços indígenas e o comportamento *vivo* é o mais poderoso, pois conecta a suposta desordem dos imigrantes indígenas ao notável declínio da cidade nos últimos 50 anos. Durante séculos após a conquista espanhola, Lima era descrita como um enclave branco, mas, desde os meados do século XX, um setor popular transbordante mudou-se do interior para a capital. A cidade cresceu de 1,5 milhão de pessoas em 1950 para oito milhões no ano 2000 (Mar, 1984). Devido à ausência de serviços públicos adequados no final do século XX, esses imigrantes eram famosos por um comportamento que seria categorizada como *vivo*, começando negócios informais e ocupando ilegalmente terras que acabariam por se tornarem as vastas favelas de Lima. A produção de alimentos ocupa um lugar especial nesses imaginários raciais. Vendedores indígenas e mestiços (de origem mestiça) foram acusados de falsificar seus produtos desde os tempos coloniais (Cadena, 2000; Weismantel, 2001), e os trabalhadores imigrantes do mercado foram, muitas vezes, os antagonistas centrais de histórias que pessoas me contaram sobre comportamentos perigosos, anti-higiênicos e vivos.

Nesse contexto, o objetivo explícito das escolas de culinária de transformar seus alunos migrantes em pessoas boas parece ser um projeto velado de civilizar os jovens indígenas do Peru. É verdade que qualidades dos *chefs* como a higiene, a integridade e a honestidade -- alguns dos traços de personalidade ideal de que os alunos da Cenfotur e da LaCucina são exortados a dar exemplo – são todas as características que uma pessoa de estereótipo *vivo* não tem. Alguns dos métodos das escolas para instilar essas características, tais como aulas sobre lavar as mãos, reverberam em séculos de esforços da América Latina colonial e republicana para reformar os cidadãos indígenas e espaços dominados por mestiços, como as feiras (Aguilar-Rodríguez, 2007; Pilcher, 1998).

Apesar disso, em uma escala global, na qual o *boom* da gastronomia opera, o termo *vivo* se tornou cada vez mais um significante de "peruanidade", em vez de mera "indigeneidade". Hoje, até os peruanos que se descrevem como parte da Lima

 CC BY ISSN 0034-7590

velha, pré-imigrantes, consideram as características indígenas para definir a "peruanidade". Muitos se referiam a si mesmos como adotantes do comportamento *vivo* e o identificavam como especificamente peruano, patriota inclusive. Essa identificação existe em parte porque o *boom* da gastronomia se baseia na comercialização da indigeneidade de seus ingredientes e cozinheiros como tradicionais, revalorizando características que podem ser anunciadas como explicitamente peruanas. É também uma extensão natural da lógica binária que rege as ideologias raciais do Peru: os peruanos de ascendência europeia são mais europeus que seus vizinhos indígenas, porém, em um contexto global, eles são menos europeus do que os próprios europeus. Faz sentido vender-se como *vivo*, porque é algo que parece diferenciado e autêntico.

Como resultado das linhas borradas entre a indigeneidade e a peruanidade na cena mundial, uma ansiedade evidente na Lima atual é a preocupação de como usar ou celebrar os elementos vivos do Peru sem se apropriar de um modo de interagir com o mundo que seja muito semelhante ao dos imigrantes internos de Lima. Para os instrutores de gastronomia que conheci em Lima, assumir esse compromisso foi extremamente importante, não apenas existencialmente, mas também economicamente. A comida peruana nunca se tornaria mundialmente famosa se fosse percebida como incompatível com a regulamentação dos EUA ou da Europa; por outro lado, nunca seria valiosa se não fosse também essencialmente peruana.

Em ambas as escolas que frequentei, a solução para esse problema era simultaneamente comportamental e de culinária, a cultura de uma nova categoria que era viva, mas também refinada. Essa tática refletiu-se nas listas de traços de personalidade ideal que os alunos e os instrutores regularmente faziam durante os primeiros dias de aula. Qualidades muito mencionadas dos *chefs*, como a higiene, a integridade e a honestidade, são características que uma pessoa viva deve aprender. Fundamentalmente, no entanto, as mesmas listas também incluem elementos como liderança e confiança, características que são tanto propriedades da persona viva quanto dos *chefs*. A transformação de alunos de culinária em pessoas boas foi, dessa maneira, uma questão de combinar esses diferentes conjuntos de características, ajustando a personalidade viva com hábitos de boas maneiras e práticas.

Alicia, uma administradora em LaCucina, ofereceu uma explicação típica sobre como o *boom* da gastronomia estava em dívida com os traços unicamente vivos do Peru e sobre os processos educacionais que os transformaram em habilidades de mercado. Durante nossa primeira reunião, ela me disse que um dos principais benefícios do *boom* da gastronomia foi ter permitido que uma grande variedade de pessoas participasse das vantagens do empreendedorismo gastronômico. Com um pouco de criatividade e talento, qualquer um poderia abrir um restaurante ou empresa de culinária, e com pouco investimento. Para Alicia, as características que fizeram esse tipo de sucesso possível foram especificamente peruanas. "*El peruano es ingenio; el peruano es creativo*", ela me disse no nosso primeiro encontro (peruanos são engenhosos; peruanos são criativos). Embora os adjetivos usados por ela para descrever esse traço único dos peruanos não incluam a palavra *vivo*, as vantagens de ser engenhoso ou criativo foram claramente ligadas às estruturas informais em que as pessoas vivas aprenderam a alcançar seus objetivos. Uma das histórias de sucesso que ela citou foi sobre um homem que vende comida em seu carro no final de semana para complementar seu dia de trabalho em um hospital; outro era sobre uma mulher que tinha notado um novo canteiro de obras perto da casa dela e, imaginando que aquele lugar seria um excelente mercado para sua comida, começou a vender sanduíches para os trabalhadores. "Ou você poderia simplesmente abrir sua janela e colocar uma mesa e cadeiras", disse Alicia, concluindo que uma das vantagens desse sistema era que o êxito ou o fracasso era inteiramente da pessoa que criou o negócio.

Alicia estava longe de ser a única pessoa que eu ouvi comentar sobre os avanços empresariais positivos que a onipresente economia informal do Peru possibilitou. No entanto, enquanto essa atitude de informalidade fez sentido no contexto da promoção de uma versão de características vivas, ela gerou um conflito nas aulas de gastronomia. Quase todos os professores com quem conversei mencionaram a necessidade de o *boom* da gastronomia promover a formalização das empresas, a necessidade de incentivar práticas como pagar impostos e trabalhadores de maneira justa, ou de não fazer as coisas de qualquer jeito, deixando a população doente. Quando perguntei como Alicia poderia enaltecer os benefícios da informalidade, ao passo que o *boom* da gastronomia focava tanto a formalização, ela explicou que as preocupações com a informalidade estavam, em grande parte, direcionadas para grandes empresas que não pagavam impostos. Em contraste, as microempresas eram basicamente boas, mas precisavam trabalhar nos aspectos do negócio que ainda faltavam, como a higiene.

A resposta de Alicia é um exemplo revelador de como o *boom* da gastronomia mantém elementos de uma marca criativa de empreendedorismo, enquanto também assume um verniz de respeitabilidade. Para Alicia e outros administradores, a formalização que os empresários de gastronomia devem receber não é tanto uma negação do espírito peruano de ser *vivo*; em vez disso, deve ser a capacidade de demonstrar outras características que permitem que o espírito vivo se integre ao comércio. Em

 CC BY ISSN 0034-7590

outras palavras, uma pessoa pode ser *viva*, mas deve também ser higiênica, educada e ética, a fim de representar o Peru em casa e no exterior. É, em parte, esse compromisso que faz o *boom* da gastronomia peruana parecer tão transformador em seu país de origem. Como empreendimentos empresariais que reconhecem as peculiaridades e características potencialmente corruptas da informalidade peruana, as empresas que existem no âmbito do *boom* da gastronomia também demonstram a capacidade do Peru de se integrar aos mercados globais após um período desastroso, próximo a um colapso.

A fim de sinalizar esse compromisso entre formalidade e características *vivo*, os cozinheiros e os proprietários de restaurantes devem aprender a encarnar uma combinação específica de capacidades e traços de personalidade. No resto deste artigo, descreverei como essa combinação muito específica de normas euro-americana e personalidade peruana se tornou parte integrante das práticas sociais dos alunos de gastronomia, tanto por instrução explícita quanto em suas práticas escolares de disciplina. Conforme mostraremos, enquanto as escolas deliberadamente socializam hábitos particulares e visões de mundo em seus alunos, a combinação específica desses hábitos – a persona característica que permite aos alunos incorporarem algo que é peruano e internacional (geralmente euro-americano) ao mesmo tempo – é menos parte de um modelo de cidadania capitalista em geral do que é de um capitalismo peruano em particular. O resultado desse processo de socialização é uma imagem do capitalismo peruano em que o comportamento *vivo* é transformado por interações diárias e canalizado para o desejo de promover a peruanidade no exterior.

Ordem e pesquisa na sala de aula

Quando Alicia me disse que os vendedores informais do *boom* da gastronomia eram basicamente bons, mas precisavam aprender higiene e educação, ela estava articulando uma visão em que uma pessoa de comportamento *vivo* e sua informalidade poderiam ser compensadas por competências adquiridas aceitáveis para turistas e consumidores internacionais. Essa atitude, amplamente compartilhada entre educadores, era, muitas vezes, a base para explicar por que alunos de culinária precisavam aprender a ter uma conduta ordeira. No meu primeiro dia na Cenfotur, por exemplo, um dos instrutores me disse que treinar os cozinheiros era como treinar soldados em um exército. Com isso, ele quis dizer que ensinava os alunos a respeitar as estritas hierarquias da cozinha, e que era importante cultivar os hábitos disciplinados, ordeiros, de um grupo que trabalhava junto para um objetivo comum. Em teoria, todos os aspectos de um dia típico nas escolas de culinária de Lima foram conjugados com um compromisso com a disciplina, apesar de não ser sempre expresso como um análogo direto da vida militar. Em ambas as escolas que frequentei, cada dia começava com um aluno mostrando sua identificação oficial e vestindo um uniforme; conforme isso progredia, os alunos normalmente se encontravam em ambientes de trabalho nos quais eles desempenhavam papéis específicos como cortar, cozinhar, montar e decorar pratos, e limpar.

Dentro dessas grandes rotinas, os instrutores em ambas as escolas também incentivavam a execução eficiente e ordenada de tarefas específicas. Em ambas as escolas, o conceito de *mise en place* foi um dos primeiros procedimentos que os instrutores ensinaram; eles explicaram que o termo francês quer dizer "tudo em seu lugar" e que isso geralmente se referia ao corte e porcionamento de ingredientes antes de cozinhar, um processo que economizou tempo e permitiu que muitos tipos de pratos fossem preparados logo antes de serem servidos. Eles também enfatizavam que a *mise en place* se refere não só a preparar os ingredientes, mas também a se organizar para não perder tempo. Foi em parte uma preparação mental com a qual todos os cozinheiros se comprometeram para prever a mais eficiente preparação de sua parte em um prato. Por conseguinte, o correto sequenciamento de tarefas era tanto uma manifestação de ordem quanto a organização do espaço. Quando os instrutores demonstravam como preparar um prato em uma aula de culinária, muitas vezes narravam a lógica subjacente à ordem em que eles completavam os passos, perguntando aos alunos qual componente de um prato leva mais tempo para se preparar e por que partes eles deveriam começar.

Por último, a ordem que essas escolas ensinavam na cozinha era ligada ao ambiente físico e à atenção e à atitude de um indivíduo. Os protocolos de segurança foram um foco especialmente óbvio, de modo que os instrutores ensinavam aos alunos sobre estar cientes das chamas, dos ajustes em panelas de pressão e da localização dos extintores de incêndio. Os instrutores também enfatizavam o cuidado com a comida em si. Eles eram, de modo geral, lenientes quanto aos erros cometidos devido a mal-entendidos de receitas ou técnicas, porém eram implacáveis com alunos cujos erros haviam sido causados por negligenciar o aquecimento de uma peça de carne, ignorar um prato com cobertura de queijo em uma grelha ou esquecer de acrescentar um ingrediente-chave.

Apesar da ubiquidade dessas manifestações de ordem, nenhum instrutor falou sobre uma atenção à organização ou à capacidade de contenção como traços que foram naturalmente adaptados para os peruanos. Em vez disso, eles descreviam a

 CC BY © RAE | São Paulo | **V. 58** | **n. 3** | **maio-jun 2018** | 233-243 ISSN 0034-7590

ordem como se fossem visitantes do exterior, uma anomalia que pode voltar a sua terra natal se não tratada adequadamente. Instrutores de gastronomia que haviam estado na Europa davam palestras a estudantes sobre o fato de que restaurantes espanhóis e franceses eram muito mais organizados do que qualquer coisa que eles tinham visto no Peru. Quase todas as descrições de *mise en place* enfatizavam o procedimento de origens francesas, enquanto as discussões sobre a necessidade de investigação metódica em bibliotecas ou experimentação geralmente começava com o exemplo de Ferran Adrià, um espanhol. Os Estados Unidos também eram um modelo comum para organização; dois dos professores do curso de *bartender* em LaCucina haviam sido contratados por uma grande rede de restaurantes casuais norte-americana em Lima e presenteavam seus alunos com truques que os consultores americanos da sede da empresa ensinaram a seus funcionários.

Os instrutores deram por certo que nenhum dos estudantes adotaria uma postura ordeira espontaneamente, por isso enfatizavam que essas formas de disciplina eram um necessário controle sobre as atitudes que os peruanos já acreditavam que tinham. Essa necessidade veio não somente do objetivo de melhorar a população peruana, mas também de preocupações pragmáticas sobre atrair turistas e enviar alunos de gastronomia para restaurantes em todo o mundo. Os cozinheiros peruanos podem estar criando comida de consumo internacional, mas – de acordo com a perspectiva de agência neoliberal na qual as escolas pensavam estar funcionando –, em muitos aspectos, os instrutores consideravam os cozinheiros produtos que precisavam ser moldados para se ajustarem a sabores estrangeiros enquanto se diferenciavam de concorrentes. Para esse efeito, as escolas de gastronomia do Peru enfatizam a necessidade de combinar a ordem prevista na mão de obra internacional com os traços que separam os cozinheiros peruanos dos de outras nacionalidades. Predomina entre eles uma versão modificada do comportamento *vivo*.

Ganas

Enquanto a ordem em todas as suas manifestações era algo que os alunos de gastronomia e os instrutores entendiam ser inquestionavelmente estrangeira, traços como ambição e liderança eram entendidos como nativos do Peru. Mesmo assim, não eram qualidades que cada peruano necessariamente possuía, e os alunos poderiam ser avaliados e comparados conforme a quantidade de ambição demonstrada por eles em dado momento. Fiquei especialmente consciente dessa tendência quando fui convidada para observar as aulas da manhã no Instituto Pachacutec, uma escola de elite que matricula alunos imigrantes com bolsa integral e os treina para trabalhar em alguns dos mais famosos restaurantes do país. Falei com um instrutor *chef* sobre como ele cuidou de um grupo de estudantes do último semestre. "Eu gosto mais desses estudantes que dos alunos de outras escolas", ele disse, enquanto observava os alunos abrirem conchas de caranguejo. "Eu dou aula na Cordon [a filial de Lima da escola Cordon Bleu, de Paris] também e prefiro contratar os alunos aqui. A Cordon tem melhores instalações, mas os alunos aqui têm mais ambição".

A palavra que estou traduzindo como ambição aqui é o substantivo espanhol *ganas*, que está relacionado ao verbo ganhar (ganhar um jogo ou ganhar dinheiro) e se refere à fome de uma pessoa ou seu desejo. Uma pessoa que tem *ganas* é ambiciosa ou mesmo brigona, enquanto uma pessoa sem *ganas* é apática, indiferente ou desinteressada. Ao contrário da ordem, meus interlocutores consideravam a ambição uma coisa que alguém possui naturalmente, não algo que possa ser adquirido por se inserir em um ambiente organizado ou se vestir de acordo com um código. Eles acreditam que a ambição pode ser incorporada e, em certa medida, aumentada. Como resultado, os instrutores tendiam a apresentar obstáculos ao sucesso do estudante como o produto de meramente reconhecer de maneira indevida ou se esquecer da ambição. Um professor de *bartender* terminou uma palestra com uma citação de Victor Hugo: "*A nadie le faltan fuerzas; lo que a muchísimos les falta es voluntad*" (não falta força a ninguém, mas, para muitos, falta vontade). Outro professor criticou uma série de apresentações pobres de alunos com a admoestação: "Isso não é uma questão de habilidade, é de interesse" (*No es questão de capacidad, es de interés*).

Apesar de ser necessário que os alunos nesse ambiente soubessem intimamente que possuíam o desejo requisitado para ter sucesso, ser apenas motivado não era suficiente. Eles também tinham que saber como demonstrar sua ambição apropriadamente, de modo que seus instrutores a reconhecessem e a recompensassem. Na LaCucina e na Cenfotur, os instrutores estavam cientes de que tais manifestações eram apresentações cultivadas em parte, e eles exigiam que os alunos tivessem aulas em que aprendessem a desempenhar o papel de um dedicado estudante de gastronomia. O *Taller de Desinhibición* da Cenfotur foi um exemplo de uma aula que ensinou aos alunos as formas como um *chef* apaixonado e focado deve parecer e agir. Quando o ator Carlos fez seus alunos fingirem seduzir uns aos outros, ele sublinhou que a mais importante expressão de personalidade que um aluno poderia cultivar era a confiança. Sua descrição de Sean Connery – "Ele está velho, mas pode conseguir o que quiser" – descreve o estado ideal de alguém com *ganas*: a habilidade de

 CC BY © RAE | São Paulo | **V. 58** | **n. 3** | **maio-jun 2018** | 233-243 ISSN 0034-7590

reconhecer os desejos de alguém e persegui-los com confiança. Além disso, o conselho específico de Carlos aos alunos sobre como incorporar a confiança – como sua instrução de que uma pessoa deve tentar parecer galante para usar estratagemas ou aparência para atravessar uma sala com propósito, e ignorar aqueles que possam criticar ou duvidar deles – sugere que a confiança é algo realizado ou demonstrado tanto quanto é sentido.

Nesse sentido, as ideias de Carlos e de outros formadores de opinião reverberam o trabalho de Erving Goffman (1959), cujo livro A Representação do Eu na Vida Cotidiana atenta, de modo similar, para as impressões que podem resultar da *performance* de uma pessoa e seus maneirismos. No entanto, ao contrário de Goffman, que imaginava um bastidor privado para si mesmo, as *performances* gastronômicas do Peru foram parcialmente baseadas na manipulação da vida privada. Primeiro, os instrutores têm trabalhado para manipular crenças sob a suposição de que as disposições adequadas levam a um bom comportamento. Além disso, esses instrutores também acreditam que apenas se comportar corretamente afeta a atitude de um aluno (ver Mahmood [2005], para uma discussão sobre uma teoria semelhante a respeito da relação entre disposição e crença). Para isso, a aula de Carlos não era apenas sobre teatro, mas também continha exercícios feitos para gerar um sentimento de autoconfiança que promovesse manifestações como caminhar de maneira sedutora por uma sala. O resultado representa uma ambição que é tanto visivelmente reconhecível quanto uma reflexão plausível de um *self* autêntico, interior.

UM TIPO DIFERENTE DE AMBIÇÃO

A insistência com que um aluno demonstra ambição e confiança pode parecer inicialmente imprevisível para instruir os alunos a serem vivos. É evidente que uma pessoa viva tem *ganas*. No entanto, ao ensinar a seus alunos sobre expressar suas ambições, os instrutores de culinária também enfatizam as diferenças entre o comportamento *vivo* e o tipo de ambição aceitável no mundo da gastronomia. Fundamentalmente, a diferença entre um cozinheiro *vivo* e um ambicioso é o tipo de relação social inerente às duas posições. Uma pessoa *viva* é alguém cuja ambição tem precedência sobre o bem-estar e as aspirações dos outros. Ser capaz de furar fila ou enganar um cliente são habilidades de um *vivo*; o resultado desejado não é necessariamente progresso, mas dominância sobre os outros. Em uma escola de culinária, esses são exatamente os tipos de comportamentos que os instrutores descreveram como inaceitáveis. Em seu lugar, eles incentivam os alunos a praticarem um tipo de ambição que não é um jogo de soma zero; em vez disso, um anseio por um tipo de sucesso que leva outros junto com eles. Claudio, um dos professores na Cenfotur, explicou a diferença entre essas duas formas de ambição contando uma piada para a turma (que estou parafraseando aqui):

> Um dia, um homem foi ao mercado comprar caranguejos. Ele encontrou um pescador com duas gaiolas, uma delas com o rótulo "caranguejos peruanos", e a outra, "caranguejos alemães". Então ele notou uma diferença entre as duas gaiolas. "Por que a gaiola dos caranguejos alemães tem uma fechadura e a peruana, não?" ele perguntou.
>
> "Ah, isso é simples", disse o pescador. "Quando um caranguejo alemão tenta escapar, ele puxa os outros caranguejos com ele. Se um deles sai, você perde todos. Quando um caranguejo peruano tenta escapar, os outros caranguejos o puxam para baixo, de modo que ele pode nunca mais sair. Os caranguejos peruanos não precisam de uma fechadura". (ver Wilson, [1973], para uma anedota similar contada no contexto caribenho)

Claudio contou essa piada no contexto de uma palestra improvisada, em que ele estava explicando para os alunos que eles precisavam para medir seu próprio valor por meio de comparações com seus pares. A lição fundamental dos caranguejos peruanos é que o tipo errado de ambição é prejudicial para todos, mesmo se ela alivia momentaneamente a preocupação de um indivíduo de que ele não é tão bem-sucedido quanto os outros. No momento em que atribuiu esse mal-entendido de progresso para toda a nação, Claudio estava oferecendo não apenas uma explicação para as percepções pessimistas dos peruanos de seu próprio país, mas também um aviso de que as interpretações de autossabotagem de seus alunos sobre o valor da ambição seriam difíceis de mudar.

É talvez por esse motivo que a abordagem da Cenfotur para transformar ambições *vivo* funciona em parte, transformando as avaliações dos alunos de seus próprios estados emocionais e características. Os instrutores incentivam os alunos a se apoiarem uns aos outros, trabalhando em equipe, e os exercícios de Carlos muitas vezes são focados em fazer com que os alunos reconheçam tendências altruístas uns nos

 CC BY ISSN 0034-7590

outros em vez de pura ambição. Os instrutores de gastronomia em ambas as escolas também criaram uma diferença conceitual entre comportamento *vivo* e a manifestação adequada das *ganas*, sublinhando o fato de que um estudante de gastronomia deve ter objetivos muito específicos e socialmente conscientes. Os instrutores enfatizam que seus alunos são futuros líderes que podem um dia ter uma responsabilidade para com aqueles que liderarão. Essa definição de ambição incentiva os alunos a terem metas mais elevadas do que eles poderiam ter. Para muitas pessoas com quem falei, saber que alguém é capaz de trabalhar na cozinha de um restaurante não é um objetivo suficiente para um futuro líder; os alunos também sentiram que deveriam ter *ganas* para trabalhar até chegarem aos parâmetros de sucesso da culinária peruana carreira: se tornar um *chef*, trabalhar internacionalmente ou abrir um restaurante. Além disso, os alunos sentiram pressão para se tornarem versões socialmente conscientes desses parâmetros. Não era necessário para cada *chef* ser um filantropo, mas, nessa visão de mundo, não era permitido a um *chef* tirar vantagem dos outros da forma que um típico *vivo* faz.

Nesse contexto, em que a educação é explicitamente vista como a estrada para o desenvolvimento nacional, as análises de estudiosos como Paul Willis são legítimas e complicadas. Willis (1977) avisou que a ilusão de mobilidade ascendente pela educação é parte do que faz as estruturas de aulas durarem, dizendo: "Alguns podem fazer isso. A turma nunca pode seguir. É através de uma boa quantidade de dificuldades, no entanto, que a estrutura de classes é legitimada" (p. 128, tradução nossa). As escolas de gastronomia do Peru exemplificam essa análise, em certa medida, apontando como os alunos de classe inferior, muitas vezes, têm mais dificuldade em realizar os sinais de ordem e educação que seus pares. Mesmo assim, com foco direto no corpo social em vez de foco no indivíduo, a cena gastronômica do Peru também contém exemplos de práticas de contratação que desmentem um rigoroso foco em credenciais ou *status*. Um exemplo notável é a tendência entre os restaurantes de contratar cozinheiros muito talentosos e autodidatas além dos ex-alunos formalmente educados em escolas de gastronomia (um fato que as escolas de gastronomia tendem a minimizar ou negar). Quando perguntei aos *chefs* por que contratam ambos os tipos de cozinheiros, eles explicaram isso como uma necessidade de encontrar um equilíbrio na cozinha, tipicamente entre os cozinheiros mais vivos, "saídos da rua", e os formados nas escolas, mais contidos. Em outras palavras, a unidade social como um todo precisa adquirir o equilíbrio de competências e disposições que garantiriam o sucesso no mercado -- o que significa que a adesão ao modelo do *chef* saído da Cenfotur ou da LaCucina não é sempre necessária para o sucesso.

CONCLUSÕES

Como a ênfase presente no comportamento vista nas salas de aula de gastronomia pode indicar, encontrar o lugar apropriado para o comportamento *vivo* é uma preocupação central das escolas de gastronomia do Peru. Como muitos limenhos, alunos e instrutores na LaCucina e na Cenfotur consideram alguns aspectos do comportamento *vivo* como benéficos para futuros *chefs*; em suas interações diárias na sala de aula, eles determinam em que medida a ambição deve ser acompanhada de habilidades de organização, de ordem e de trabalho em equipe. Dessa forma, a inculcação de normas comportamentais nas escolas como a LaCucina e a Cenfotur transformou o comportamento *vivo* em uma interação que é utilizada para fins inteiramente diferentes dos objetivos egoístas ou hostis supostamente incorporados pelos empresários vivos. A ênfase do *boom* da gastronomia na liderança em vez de em ganhos pessoais permite a expressão de ambições vivas para focar o bem social que um aluno (e, mais tarde, um cozinheiro ou um *chef*) pode realizar, em vez de até que ponto ele avançou em relação aos outros. Essa mudança no significado do que é ser vivo é uma das principais razões pelas quais os potenciais efeitos de um *chef* na sociedade são tão facilmente aceitos no Peru. Onde o resto do mundo vê a Declaração de Lima do G9 como um delírio megalomaníaco coletivo de uma categoria profissional, Lima vê uma profissão em que assumir uma característica essencialmente peruana pode conduzir ao desenvolvimento social.

Contudo, ainda mais significativamente, o *boom* da gastronomia reformula o escopo da competição em que uma pessoa pode ser ambiciosa. Com foco no mercado global como a arena em que os *chefs* peruanos devem causar uma impressão, esse *boom* cria o sentido de que o Peru como um todo deve ser criativo para granjear um vantajoso lugar no mundo. Na piada de Claudio, o humor na comparação dos caranguejos peruanos e alemães vem de pensar nas duas gaiolas como estruturas isoladas e aprisionantes. No entanto, se os alunos de gastronomia do Peru se imaginarem como caranguejos escapando de uma jaula e puxando os outros caranguejos com eles, em certa medida, é porque eles sabem que há uma gaiola maior além daquela em que têm vivido. E, na gaiola maior, em que eles encontrariam os caranguejos de todas as outras nações, os caranguejos peruanos – com uma sensibilidade que combina ordem e ambição – só pode ser melhor.

 CC BY © RAE | São Paulo | **V. 58** | **n. 3** | **maio-jun 2018** | 233-243 ISSN 0034-7590

AGRADECIMENTOS

Partes da pesquisa na qual este artigo é baseado foram financiadas pela National Science Foundation (Prêmio #BCS 1155923), por Annette B. Weiner Graduate Fellowship em Antropologia Cultural na New York University e pela ZEIT-Stiftung Bucerius PhD Scholarship em Migration Studies. Agradeço à Pontificia Universidad Católica del Peru, onde fui pesquisadora afiliada durante meu trabalho de campo. Eu, particularmente, agradeço a Alex Huerta-Mercado, cujo conselho durante meu trabalho de campo no início ajudou a moldar o argumento deste artigo. Versões anteriores de partes deste documento foram apresentadas na Bucerius Student Conference de 2013 e na American Anthropological Association Annual Meeting de 2013; agradeço aos meus colegas participantes pelo feedback deles. Finalmente, agradeço aos alunos e professores do Cenfotur e à escola que estou chamando de LaCucina, em Lima, por sua hospitalidade e discernimento.

REFERÊNCIAS

Aguilar-Rodríguez, S. (2007). Cooking modernity: Nutrition policies, class, and gender in 1940s and 1950s Mexico City. *Americas, 64*(2), 177-205.

Alcalde, M. C. (2009). Between Incas and Indians: Inca Kola and the construction of a Peruvian-global modernity. *Journal of Consumer Culture*, *9*(1), 31-54. doi:10.1177/1469540508099700

Bianchi, L. (2011, September 13). *Lima declaration: Open letter to the chefs of tomorrow* [Post da web]. Recuperado de http://www.theworlds50best.com/blog/Events/-lima-declaration-open-letter-to-the-chefs-of-tomorrow.html

Bourdieu, P., & Passeron, J. (1977). *Reproduction in education, society, and culture*. Beverly Hills, USA: Sage.

Cadena, M. de la. (2000). *Indigenous mestizos: The politics of race and culture in Cuzco, Peru, 1919-1991*. Durham, USA: Duke University Press.

Comaroff, J., & Comaroff, J. L. (2001). *Millennial capitalism and the culture of neoliberalism*. Durham, USA: Duke University Press.

Counihan, C. M. (2004). *Around the Tuscan table: Food, family, and gender in twentieth century Florence*. New York, USA: Routledge.

Economist. (2014, February 22). Cooking up a business cluster: The Peruvian gastronomic revolution, continued. *The Economist*. Recuperado de http://www.economist.com/news/americas/21596956-peruvian-gastronomic-revolution-continued-cooking-up-business-cluster?fsrc=rss|ame

Fajans, J. (2012). *Brazilian food: Race, class and identity in regional cuisines*. London, UK: Berg.

García, M. E. (2013). The taste of conquest. *Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, *18*(3), 505-524. doi:10.1111/jlca.12044

Gershon, I. (2011). Neoliberal agency. *Current Anthropology*, *52*(4), 537-555. doi:10.1086/660866

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, USA: Doubleday.

Leinaweaver, J. (2008). *The circulation of children: Kinship, adoption, and morality in Andean Peru*. Durham, USA: Duke University Press.

Mahmood, S. (2005). *Politics of piety: The Islamic revival and the feminist subject*. Princeton, USA: Princeton University Press.

Mar, J. M. (1984). *Desborde popular y crisis del estado: El nuevo rostro del Perú en la década de 1980*. Lima, Peru: Instituto de Estudios Peruanos.

Martin, E. (2000). Mind-body problems. *Journal of the American Ethnological Society*, *27*(3), 569-590. doi:10.1525/ae.2000.27.3.569

Ong, A. (1999). *Flexible citizenship: The cultural logics of transnationality*. Durham, USA: Duke University Press.

Pastor, M. (2011, Setembro 12). Un documento con vida propia. *El Comercio*, C1.

Pilcher, J. M. (1998). *¡Que vivan los tamales!: Food and the making of Mexican identity*. Albuquerque, USA: University of New Mexico Press.

Rayner, J. (2011). *Chefs' manifesto: Reality check, please*. Recuperado de www.guardian.co.uk/lifeandstyle/wordofmouth/2011/sep/13/reality-check-please/print

Rousseau, S. (2012). *Food media: Celebrity chefs and the politics of everyday interference*. London, UK: Berg.

Ruhlman, M. (2006). *The reach of a chef: Beyond the kitchen*. New York, USA: Viking.

Sutton, D. E. (2014). *Secrets from the Greek kitchen: Cooking, skill, and everyday life on an Aegean island*. Oakland, USA: University of California Press.

Thompson, E. P. (1964). *The making of the English working class*. New York, USA: Pantheon.

Weismantel, M. (2001). *Cholas and pishtacos: Stories of race and sex in the Andes*. Chicago, USA: University of Chicago Press.

William Reed Business Media. (2017). *The world's 50 best restaurants 1-50*. Recuperado de http://www.theworlds50best.com/list/1-50-winners

Willis, P. (1977). *Learning to labor: How working class kids get working class jobs*. New York, USA: Columbia University Press.

Wilson, P. J. (1973). *Crab antics: The social anthropology of English-speaking Negro societies of the Caribbean*. New Haven, USA: Yale University Press.

World Bank. (1999). *Peru: Education at a crossroads – Challenges and opportunities for the 21st century*. Vol. 1 of *Main report*. Washington, USA: The World Bank.

Woronov, T. E. (2015). *Class work: Vocational schools and China's urban youth*. Stanford, USA: Stanford University Press.

 CC BY

ISSN 0034-7590