

FOODSCAPE MINEIRA, UAI! REPRESENTAÇÕES DO CHIQUE NA SOFISTICAÇÃO DO CAIPIRA

FOODSCAPE MINEIRA, UAI! REPRESENTATIONS OF FANCY IN THE SOPHISTICATION OF THE RUSTIC

FOODSCAPE MINEIRA, UAI! REPRESENTACIONES DE CHIC EN LA SOFISTICACIÓN DE LA CAIPIRA

Letícia Gracielle Vieira Ferreira, MSC
Universidade Federal de Uberlândia/Brazil
legravife@gmail.com

Débora Cristina Soares, BEL
Universidade Federal de Uberlândia/Brazil
deboracrs1@gmail.com

Gabriela Nogueira Rauber, BEL
Universidade Federal de Uberlândia/Brazil
gabrielarauber05@gmail.com

Cintia Rodrigues de Oliveira, Dra.
Universidade Federal de Uberlândia/Brazil
cintia@ufu.br

RESUMO

A partir do diálogo entre alimentação, cozinha regional e o uso de mídia social por restaurantes, este artigo promove uma reflexão sobre a constituição da paisagem alimentar (*foodscape*) mineira midiaticizada. O conceito de *foodscape* é utilizado para explorar os espaços, práticas alimentares e realidades materiais que revelam a cultura alimentar analisada. A comida é compreendida como um objeto material e marcador de identidade que é mobilizado pela mídia social, interferindo as escolhas alimentares. Esta pesquisa tem como objetivo compreender como as representações da culinária mineira, mobilizadas por restaurantes mineiros no Instagram, compõem a paisagem alimentar mineira midiaticizada. Utilizamos de uma pesquisa documental no Instagram, a fim de identificar como as postagens de restaurantes representam a comida mineira. Os resultados apontam uma paisagem alimentar que sugere uma leitura culturalmente mais complexa sobre a fluidez das representações e suas tensões em combinar a tradição local e a sofisticação das cozinhas internacionais.

Palavras-chave: Paisagem Alimentar; Cultura alimentar digital; Instagram®; Cozinha Regional Minas Gerais.

ABSTRACT

From the dialogue between food, typical regional cuisine and the use of social media by restaurants, this article promotes a reflection on the constitution of the mediatized foodscape of Minas Gerais. The foodscape concept is used to explore the spaces, food practices and material realities that reveal the analyzed food culture. Food is understood as a material object and identity marker that is mobilized by social media, interfering with food choices. This research aims to understand how representations of Minas Gerais cuisine, mobilized by Minas Gerais restaurants on Instagram®, make up the mediatized Minas Gerais food landscape. We used a documentary research on Instagram® in order to identify how restaurant posts represent Minas Gerais food. The results point to a food landscape that suggests a culturally more complex reading about the fluidity of representations and their tensions in combining local tradition and the sophistication of international cuisines.

Keywords: Foodscape; Digital Food Culture; Instagram®; Regional Cuisine Minas Gerais.



RESUMEN

A partir del diálogo entre la comida, la cocina típica regional y el uso de las redes sociales por parte de los restaurantes, este artículo promueve una reflexión sobre la constitución del foodscape mediatizado de Minas Gerais. El concepto foodscape se utiliza para explorar los espacios, las prácticas alimentarias y las realidades materiales que revelan la cultura alimentaria analizada. La comida se entiende como un objeto material y un marcador de identidad que es movilizado por las redes sociales, interfiriendo con las elecciones alimentarias. Esta investigación tiene como objetivo comprender cómo las representaciones de la cocina de Minas Gerais, movilizadas por los restaurantes de Minas Gerais en Instagram®, componen el paisaje alimentario de Minas Gerais mediatizado. Utilizamos una investigación documental en Instagram® para identificar cómo las publicaciones de restaurantes representan la comida de Minas Gerais. Los resultados apuntan a un paisaje gastronómico que sugiere una lectura culturalmente más compleja sobre la fluidez de las representaciones y sus tensiones al combinar la tradición local y la sofisticación de las cocinas internacionales.

Palabras clave: Paisaje Alimentario; Cultura gastronómica digital; Instagram®; Cocina Regional Minas Gerais.

1 INTRODUÇÃO

A alimentação como fonte de conhecimento é objeto de investigação legítimo para compreensão das dinâmicas que envolvem a vida em sociedade, haja vista o crescimento dos estudos nesse campo, o qual se compõe de uma diversidade epistemológica, disciplinar, teórica e metodológica (ALMÉRICO, 2014, AZEVEDO, 2017; MOURITSEN et al., 2017). O binômio comida e alimentação como uma prática cultural por excelência expressa maneiras codificadas, estabelecidas e reconhecidas sobre o comer, as quais se dão em um espaço materializado e envolvem a tradição, ao retratar os costumes e fazeres herdados, adaptados e ainda aceitos (ALMEIDA, 2018; FREITAS, 2018; OLIVEIRA; SILVA, 2021).

Comer é um ato político, portanto, nossas escolhas alimentares revelam mecanismos de distinção, identificação local, exclusão e símbolos de poder (BOURDIEU, 1979; MACIEL, 2005, RITZER, 2013), e, também, de reprodução social, evidenciando estilos de vida que produzem e reproduzem desigualdades e hierarquias (CAPPELLINI; PARSONS; HARMAN, 2016). Sobal (2005), Rogers (2008), Adams (2013), Medeiros e Silva (2014), entre outros, analisam o ideal de masculinidade ocidental (força física, capacidade intelectual, colarinho branco) associado com o consumo de carne, principalmente vermelha, apontando para uma política sexual da carne que regula as escolhas e práticas alimentares de homens e mulheres.

Nesse contexto, uma análise pós-moderna da *foodscape*, um termo criado pela contração das palavras comida e paisagem, no idioma inglês, revela-se como uma lente promissora para compreensão e questionamento das práticas materiais que constituem e sustentam a cultura alimentar (JOHNSTON; BAUMANN, 2014; MACKENDRICK, 2014). Ademais, os meios de comunicação se tornam ferramentas poderosas para modelação e reflexo das culturas alimentares que constituem determinadas paisagens alimentares (JOHNSTON; BAUMANN, 2014), reforçando os recursos imaginários e as experiências (APPADURAI, 1991). Aplicativos de mídia social, como o Instagram, possibilitam que os telefones celulares se tornem sinônimos de talheres de mesas (NANJANGUD; REDDY, 2020). As mídias com motivos alimentares alcançam uma gama complexa de formatos e conectividades, envolvendo diferentes atores que discutem sobre a boa comida, a procedência dos alimentos, as preparações adequadas e como devem ser compartilhadas (JOHNSTON; GOODMAN, 2015; GOODMAN; JOHNSTON; CAIRNS, 2017).

Neste estudo, os saberes e fazeres da cozinha regional mineira são analisados a partir das performances mediatizadas de restaurantes especializados em comida mineira, desse modo, o objetivo desta pesquisa é

reconhecer como as representações da cozinha mineira são elaboradas no Instagram® por restaurantes mineiros para compor a paisagem alimentar (*foodscape*), buscando oferecer uma compreensão sobre como determinada cozinha regional, é mobilizada por restaurantes e quais as representações são produzidas. A pesquisa de natureza qualitativa adotou o método qualitativo, tendo a rede social Instagram como *locus* de pesquisa, envolvendo a análise visual de 15 perfis de restaurantes mineiros, localizados em Belo Horizonte e diferentes cidades do Triângulo Mineiro. O corpus da pesquisa foi constituído por imagens e as legendas que as acompanham.

Este artigo está estruturado em seis seções, sendo esta primeira a introdução, que traz o contexto e o objetivo a ser alcançado. A segunda e a terceira seção apresentam a fundamentação teórica do estudo. A quarta seção apresenta o percurso metodológico adotado pelos pesquisadores para condução da pesquisa. Na quinta seção, tem-se a discussão dos resultados obtidos com a pesquisa e, por fim, na sexta seção, são apresentadas as conclusões, contribuições e sugestões para trabalhos futuros.

2 FOODSCAPE: ESPAÇOS, SÍMBOLOS E DISCURSOS MEDIADORES DE ESCOLHAS SOBRE O QUE COMER

Ao longo das últimas décadas, este conceito, traduzido por paisagem alimentar, tem recebido ampla atenção de diferentes áreas das ciências sociais e utilizado como uma lente agregadora que captura a natureza relacional presente no nexos pessoa-comida-lugar (MIKKELSON, 2011; ZHU et al., 2021). Muitos fundamentos teóricos sobre o conceito de paisagem alimentar são inspirados no estudo de Appadurai (2015), que propõe um modelo de compreensão dos fluxos culturais, no qual o sufixo ‘-scape’ é adicionado a dimensão cultural analisada, para imprimir um sentido de fluidez e irregularidade e reforçar sua natureza subjetiva, considerando a situação histórica, política e discursiva dos diferentes atores envolvidos.

A delimitação do conceito de *foodscape* permite capturar a materialização dos sistemas alimentares em termos de espaço e escolhas alimentares disponíveis e as implicações culturais, políticas e identitárias que envolvem a culinária típica analisada, e de forma prática envolve pensar nos lugares e espaços onde nos relacionamos com a comida e seus significados (JOHNSTON; BAUMAN, 2014; MACKENDRICK, 2014). Na visão de Vonthron, Perrin e Soulard (2020), o conceito também possibilita a investigação das desigualdades sociais e espaciais que permeiam os sistemas alimentares, e para Mikkelson (2011), é especialmente adequado para compreender a alimentação que acontece em espaços institucionalizados fora de casa.

Uma paisagem alimentar não é estática, pois tem sua dinâmica própria, e suas fronteiras mudam dependendo de como o ambiente alimentar se expande e se contrai, o que aponta para a heterogeneidade dos fatores que a compõem (MACKENDRICK, 2014). A escolha dos alimentos é influenciada pelo modo como as pessoas interpretam e reagem às paisagens alimentares a que estão expostas diariamente e ao longo da vida. O acesso a essas paisagens é múltiplo, mas também muito individual, pois depende de fatores como capital social, econômico e simbólico e recursos de tempo. (FURST et al., 1996, CLARY et al., 2017; SEDELMEIER; KÜHNE; JENNAL, 2022). Em consonância, Freitas e outros (2020) argumentam que uma paisagem alimentar pode ser reconhecida como uma arena na qual diferentes linhas de forças, de forma interativa, determinam quais escolhas alimentares serão valorizadas, produzidas e consumidas, refletindo como e quais agentes detêm maior ou menor poder de influência ou controlam recursos e escolhas, individuais ou coletivas.

Os estudos sobre *foodscape* têm se concentrado em quatro abordagens principais; a espacial, na qual as paisagens alimentares são analisadas a partir de seus impactos sobre a dieta e a saúde; a sociocultural, na qual as paisagens alimentares são compreendidas como socialmente moldadas e caracterizadas por desigualdades estruturais; a comportamental, na qual as percepções do consumidor revelam os comportamentos alimentares e a educação alimentar; e a sistêmica, na qual o regime alimentar corporativo global é questionado e as redes alimentares locais, éticas e sustentáveis ganham relevância (VONTHRON; PERRIN; SOULARD, 2020). De forma complementar, Zhu e outros (2021) indicam as três temáticas principais que direcionam os estudos atuais sobre *foodscape*, a saber: nutrição e saúde pública; a construção de paisagens alimentares éticas, equitativas e sustentáveis; e o consumo e a experiência da paisagem alimentar.

Nessas categorizações, os estudos que se inserem na abordagem sociocultural revelam a cultura como uma variável significativa. Assim, o conceito *foodscape* resulta de uma história baseada no lugar, que inclui atores e políticas e abrange não só pontos de venda de comida como todos os ambientes materiais (restaurantes, casa, escola), não materiais (mídia) e a tradição alimentar (VONTHRON; PERRIN; SOULARD, 2020). Inseridas nessa abordagem, pesquisas têm explorado temas como pobreza, migração e insegurança alimentar (MIEWALD; MCCANN; 2014, HAMMELMAN, 2018); tradições culinárias e suas atualizações (PLANK; 2015; ZIMENKO; 2021); mídia e cultura alimentar digital (GOODMAN; JAWORSKA, 2020 NANJANGUD; REDDY, 2020); práticas alimentares transnacionais (XU, 2022), entre outras.

Um fenômeno significativo nas paisagens alimentares na era digital refere à mobilização da culinária nos diferentes espaços midiáticos em função de um amplo mercado de consumidores interessados em conteúdos sobre alimentação (RIBEIRO; RAMIRO; MOREIRA, 2019). Os espaços e redes sociais *online* também são fatores que compõem as *foodscapes* (MACKENDRICK, 2014). Na contemporaneidade, os recursos visuais midiáticos estão dominando a paisagem alimentar, marcada pela presença de temas ligados à culinária em todos os meios de comunicação, permitindo que livros, programas de TV e filmes sobre culinária e gastronomia invadam as casas, e que celebridades culinárias e *chefs* se tornem amigos íntimos dos telespectadores (JOHNSTON; BAUMAN, 2014).

3 TEMPEROS DA COMIDA MINEIRA: ESPAÇOS, CULTURAS E IDENTIDADES

Em certa medida, a globalização reforçou as dinâmicas regionais ao mediar novas formas de regionalização para manutenção das identidades regionais. Isso ocorre a partir de fluxos e da instantaneidade dos eventos que ressaltam as configurações regionais especializadas diante dos interesses globais de produção e consumo (ALMEIDA, 2018; HALL, 2021). Nas imbricações entre região, identidade e representação, os processos de representação são constituintes da realidade, por exemplo, pela capacidade de definir os limites e sentidos dados às diferentes regiões (BOURDIEU et al., 1989).

O consumo de alimentos é um processo que articula dimensões materiais e simbólicas, cujas práticas e representações nos possibilitam compreender questões de identidade, por revelarem relações sociais e de poder (COLLAÇO; MENASCHE, 2015; LIMA; FERREIRA NETO; FARIAS, 2015). Na cultura brasileira, por exemplo, é comum estabelecer uma relação entre a natureza e estado dos alimentos (doce, amargo e outros) com situações e condições (humor, atitudes e outros) conectando atos, gostos, aparência e preferências (BOMFIM; GOUVEA; VICENTE, 2016). Em termos de grupo, comer denuncia não só a diversidade, hierarquia e

organização de determinado coletivo, mas, também, a unidade e alteridade em relação a outras escolhas alimentares disponíveis (FISCHLER, 1995).

A cozinha brasileira recebeu diversas influências, principalmente europeia, e absorveu diferentes aspectos culturais e incorporações de novos elementos (SANTOS, 2010; FERREIRA, 2020). E como parte dela, as cozinhas regionais expressam como a alimentação envolve um processo sociocultural e também um sistema de produção, distribuição e consumo de alimentos que estão ligados a uma diversidade de discursos culturais e paisagens alimentares. Consideradas como patrimônio cultural, as cozinhas regionais têm sido cada vez mais utilizadas para promover o desenvolvimento regional e integrar as regiões aos mercados globais de mobilidades alimentares e turísticas (PEREIRA et al., 2020).

A mineiridade é uma das identidades regionais mais representativas e busca homogeneizar as diversas e heterogêneas regiões do Estado (PEREIRA, 2015), e como um discurso regionalista tem uma natureza performativa, na medida em que uma cultura regional só existe porque existem sujeitos que acreditam nela e a reivindicam (DUTRA, 2020). A cozinha é um dos elementos marcantes da multifacetada identidade regional mineira e tem sido utilizada por diferentes atores públicos em iniciativas renovadas de fortalecimento e reafirmação da imagem e identidade regional, e promoção do desenvolvimento econômico (ABDALA, 1997, 2019).

As cozinhas regionais, compreendidas como uma territorialidade gastronômica ligada a determinada região, são vistas como locais cheios de histórias, símbolos e tradições que transportam a identidade de uma região ou localidade, transformando os pratos daquele lugar em um valor simbólico (BAHL; GIMENES; NITSCHÉ, 2011), nas quais os alimentos tradicionais e seus atributos estão enraizados na memória e imaginação (SEBASTIA, 2016). Essas cozinhas transportam tradições alimentares que representam o conhecimento de várias gerações de pessoas que aprenderam a produzir, preparar e transmitir suas habilidades sobre o fornecimento de alimentos que pode ser usada para conectar diásporas e afirmar a identidade cultural (KWIK, 2008), e onde novos atores também podem criar novas estéticas e demandas alimentares que serão acrescidos à memória alimentar do grupo (WOORTMANN, 2017).

A culinária mineira é caracterizada como um “amálgama” de pratos típicos indígenas, africanos e portugueses, historicamente constituídos em meio às técnicas culinárias que envolvem as tradições dos homens de fronteira, a busca por ouro e diamantes, migrações, escassez e uma política regionalista (ABDALA, 1997, 2006, 2012; BYRD, 2018; DUTRA, 2020). Na atualidade, comida mineira ganha um *status* gastronômico sofisticado, porém ainda busca manter sua identidade de comida caseira rural, rústica e afetiva (BYRD, 2018).

Dessa maneira, se a cozinha típica traz todos os aspectos culturais de uma localidade, a gastronomia se refere à estetização alimentar. Não reduzida apenas às dimensões da cozinha e comida, a gastronomia atua como mobilizadora das formas de se relacionar com os alimentos (BUENO, 2016). Historicamente, a gastronomização inicia-se no momento em que a comida “caipira” é promovida ao posto de comida de excelência em um processo de semi-invenção, quando, na França, as culinárias regionais passam a ser estetizadas pela gastronomia (POULAIN, 2017).

Entretanto, esse processo foi longo, passando por críticas gastronômicas, apresentação dos pratos, criação de selos de origem e reconhecimento de alimentos como patrimônio (FERREIRA, 2020). A conexão entre o regionalismo e a gastronomia é explorada em festivais gastronômicos que se multiplicam nas cidades de

Minas Gerais, promovendo o turismo e a fusão entre um estilo culinário local e extra local, possibilitando novas composições (DUTRA, 2020).

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa utiliza-se da abordagem qualitativa, que permite melhor compreensão do contexto pesquisado, devendo essa ser considerada numa perspectiva integrada e a partir de todos os pontos de vista relevantes (FLICK, 2009). As tecnologias de informação e comunicação, e, mais especificamente, a internet, potencializaram a emergência de práticas que levaram à formação de uma cultura digital que oferece a infraestrutura e a gramática contemporâneas por meio das quais a comida é cada vez mais comunicada e disputada (KOZINETS, 2014; FELDMAN; GOODMAN, 2021).

No caso desta pesquisa, dados visuais são incorporados, pelas razões mencionadas por Banks (2018): imagens são onipresentes na sociedade contemporânea, portanto, as análises das representações visuais são relevantes para a compreensão do contexto social. Considerando que a análise de publicações feitas no Instagram é um método de estudo do comportamento humano, adotamos como campo para compor o corpus de pesquisa perfis de restaurantes mineiros na rede social Instagram®.

De acordo com o relatório “Digital 2021: Brasil”, o Instagram® foi a quarta rede social mais utilizada no Brasil em 2021, com 110 milhões de usuários (KEMP, 2021). Além disso, é considerado um sítio central na cultura alimentar digital, refletindo as tensões da cultura digital contemporânea: tensões entre a democracia e a acessibilidade da Internet, onde tudo é permitido e ocorre o registro visual profissionalizado e comercializado (FELDMAN, 2021; FELDMAN; GOODMAN, 2021).

A pesquisa teve como foco os restaurantes de comida mineira localizados no estado de Minas Gerais. A seleção iniciou-se a partir de uma lista do site “O Tempo” (2019) sobre chefs de cozinha de comida mineira e seus respectivos restaurantes (GONÇALVES, 2019). Após selecionar aqueles que tinham perfis no Instagram®, obtivemos uma lista de quatro restaurantes na cidade de Belo Horizonte – MG. Adicionalmente, realizamos uma pesquisa no Site de turismo *TripAdvisor*, buscando restaurantes de comida mineira nas cinco maiores cidades da região do Triângulo Mineiro de acordo com o site Cidade-Brasil (2021).

Selecionamos os três primeiros estabelecimentos informados no site, depois de realizar a pesquisa por localização em Uberlândia, Uberaba, Araguari, Araxá e Patos de Minas, excluindo os restaurantes que não se utilizam da rede social Instagram®. As análises foram feitas considerando as 5 últimas publicações que continham imagens da cultura e culinária mineira no *Feed* e *Stories* do Instagram® dos restaurantes, no dia 21 de maio de 2021. Buscamos identificar, nas imagens e legendas, as paisagens alimentares e aspectos culturais que representassem a mineiridade, tais como artefatos materiais da cozinha mineira, pratos típicos, sabores e temperos. Consideramos que a linguagem utilizada nos *posts* também faz parte da paisagem alimentar.

A seleção final (Quadro 1), de caráter intencional, resultou em 15 restaurantes: 4 relacionados no site “O Tempo” e 11 retirados do site *TripAdvisor*.

Quadro 1 - Restaurantes Analisados

Nome do restaurante	Usuário no Instagram®	Localização
Banana da Terra	@bananadaterramg	Uberlândia
Casarão 050	@casarao050	Uberaba
Dona Lucinha	@donalucinhapracadaliberdade	Belo Horizonte
Estilo Mineiro	@estilo_mineiro_araxa	Araxá
Fazendinha Sabia Restaurante	@fazendinhasabiaoficial	Uberlândia
Fogão de Minas	@fogaodeminas	Uberlândia
Glouton	@gloutonbh	Belo Horizonte
Horizonte Perdido	@horizonteperdidomg	Araxá
Napolitano Restaurante	@napolitanoaraguari	Araguari
Nicolau bar da esquina	@nicolaubardaesquina	Belo Horizonte
Nossa Casa	@restaurantenossacasauberaba	Uberaba
O caipirão restaurante	@restauranteocaipirao_oficial	Araguari
Restaurante do Rivalcino	@restaurantedorivalcino	Patos de Minas
Tabu	@restaurantetabu_uberaba	Uberaba
Xapuri	@xapurirestaurante	Belo Horizonte

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para a análise do corpus de pesquisa, adotamos o caminho da codificação, a qual foi organizada em códigos e subcódigos. Conforme Miles, Huberman e Saldaña (2014), a codificação não é apenas uma etapa da análise, pelo contrário, os autores defendem que a codificação já consiste na análise e interpretação, sendo o elo crítico entre a coleta de dados e a explicação do seu significado, portanto, a codificação trata-se da análise em si.

Inicialmente, capturamos as imagens da tela e constituímos um documento que reuniu todas elas, totalizando 75 imagens. Em seguida, analisamos as postagens (imagens e legendas) selecionadas para identificar temas comuns, o que nos permitiu desenvolver um esquema de codificação incluindo conteúdos relacionados à paisagem alimentar. Os códigos foram aplicados considerando apenas as postagens como unidade de análise.

Com o código inicial, as postagens capturadas na tela foram codificadas resultando em 4 campos de codificação ou categorias. A partir dessas categorias, três dos autores codificaram cada uma das 75 postagens usando o Microsoft Excel, em seguida, discutiram e revisaram a codificação para chegar a um consenso.

5 RESULTADOS DA PESQUISA

Nesta seção, são apresentados os resultados da pesquisa. Partindo-se das abordagens principais nos estudos sobre *foodscape* (espacial, sociocultural, comportamental e sistêmica), a análise realizada nesta pesquisa aponta para uma abordagem que combina elementos espaciais e socioculturais, com a compreensão de Mikkelsen (2011) de que uma paisagem alimentar se compõe de “um espaço físico, organizacional e sociocultural em que clientes encontram alimentação, comida e questões relacionadas a comida”. Com esse olhar, a análise orientou para três categorias refletidas na *foodscape* que representam a culinária mineira: (a) os artefatos utilizados; (b) as iguarias; e (c) o espaço. Essas três categorias refletem a tradição da comida mineira, todavia, os restaurantes mobilizam suas representações para uma paisagem alimentar “chique com gosto de caipira”.

5.1 Os artefatos – Representações Históricas

Os restaurantes pesquisados destacam artefatos como os utensílios, e formas de preparo que fazem parte do desenvolvimento histórico de Minas Gerais. Muitos desses objetos remontam de um tempo no qual eles se constituíam como as únicas opções: panelas de barro, o fogão a lenha, entre outros, são artefatos que até hoje participam da construção da identidade manifesta na culinária mineira (BOMFIM; GOUVEA; VICENTE, 2016; ABDALLA, 2019).

O fogo, ao proporcionar o cozimento dos alimentos, não só agregou valor à comida como propiciou às pessoas o estabelecimento de relações de comensalidade, já que ao redor dele é possível se aquecer, preparar a comida, mas também estabelecer o diálogo (LIMA; FERREIRA NETO; FARIAS, 2015). O fogão a lenha presente nas imagens e legendas representa uma cozinha mineira calorosa e acolhedora, farta em alimentos, e atua como um convite à comensalidade e vinculação, como na legenda do *post* do restaurante 050: “Domingão é dia de comer bem... Imperdível né? Gostaram do nosso fogão de hoje? Então curta, comenta e compartilha!” (Legenda de *Post* do Restaurante Casarão 050).

O hábito de servir comida farta, outro marcador cultural significativo sobre a hospitalidade mineira presente em relatos de viajantes e obras literárias diversas (ABDALA, 1997), também está presente nas imagens selecionadas nas postagens (Figura 1):

Figura 1 - Artefato Fogão de Lenha



Fonte: Instagram® dos Restaurantes Nossa Casa e Fogão de Minas (2021).

Como forma de preparo dos alimentos, destaca-se o artefato panela de barro. Esta panela era utilizada com grande frequência pela facilidade de sua produção, pelo sabor peculiar que acrescenta aos alimentos produzidos e por se tornar parte da identidade da cozinha mineira (BAHL; GIMENES; NITSCHKE, 2011; BOMFIM; GOUVEA; VICENTE, 2016).

Na figura 2 estão duas imagens referentes às panelas de barro apresentadas pelos restaurantes.

Figura 2 - Artefato panela de barro



Fonte: Instagram® dos Restaurantes Banana da Terra e Dona Lucinha (2021).

5.2 As iguarias: Representações do Gosto e Sabor Típicos

A maioria dos pratos considerados típicos da culinária mineira remonta da pauta alimentar durante a ocupação do território em busca do ouro, entre os séculos XVII e XVIII, passando pela apuração e diversificação das receitas no período de ruralização entre os séculos XIX e XX (ABDALA, 2012). A tradição é o elemento chave nos discursos sobre a culinária típica regional e aproxima quem a consome da cultura regional em suas diversas dimensões (GIMENES; MORAIS, 2012).

O Feijão tropeiro, a feijoada, tutu de feijão, o frango com quiabo, angu de fubá e de milho verde, couve, farofas, lombo e pernil assados, torresmo, mandioca, arroz com galinha, foram os pratos que mais se destacam nas publicações. São alimentos âncoras que fazem parte da memória alimentar dos mineiros, selecionados e eleitos do passado e mantidos pela atualização da memória, considerados chave, e frequentemente, emblemáticos (WOORTMANN, 2017).

Segundo Abdala (2006), independentemente de serem receitas comuns em outros estados brasileiros, o que as tornam típicas são os rituais que envolvem sua preparação, oferta e significado para o povo mineiro. São receitas consideradas típicas justamente por terem sido, no passado, partilhadas entre senhores, escravizados, homens livres, tropeiros e fazendeiros. As imagens da Figura 3 trazem representações de vários restaurantes sobre as principais comidas típicas do cardápio mineiro:

Figura 3 - Alimentos Típicos



Fonte: Instagram® dos Restaurantes O caipirão, Fogão de Minas, Xapuri (2021).

5.3 O Espaço: Representações da Roça e da Fazenda

Historicamente, a ruralização, um dos períodos marcantes da vida econômica, social, política e cultural de Minas Gerais, foi significativa para culinária típica mineira (ABDALA, 2006, 2012; BOMFIM; GOUVÊA; VICENTE, 2016). Os restaurantes buscam apresentar o simbolismo de pertencimento dos mineiros por meio de imagens que remetem ao ambiente rural, realizando referências ao passado por meio de representações que preservam a memória alimentar e a tradição. Essas representações são capturadas nas imagens relacionadas a fazenda, trazendo a ideia de um lugar mais roceiro, no qual alimentos como o queijo e o café, remetem a hospitalidade mineira (LIMA; FERREIRA NETO; FARIAS, 2015).

A mobilização de artefatos e a decoração que remetem às fazendas mineiras são usadas como elementos semióforos que auxiliam na reprodução e reforço do imaginário sobre Minas Gerais, ao resgatar o ambiente da comida típica mineira e seus pratos característicos (GIMENES; MORAIS, 2012). Na figura 4 estão duas imagens referentes a ambientes que remetem ao ambiente rural e das fazendas:

Figura 4 - A roça e a fazenda



Fonte: Instagram® dos Restaurantes Xapuri e Fazendinha Sabiá (2021).

5.4 Representações da *Foodscape* Mineira: o *Gourmet* com Tempero Caipira

A alimentação é um marcador de classe, significante de saúde e um símbolo de cuidado, assim, o acesso a alimentos pode resultar em espaços de encontro, mas também exclusão e distinção (MIEWALD; MCCANN; 2014). Mais do que um número de receitas e técnicas de cozimento agrupadas, uma cozinha regional é um arranjo que envolve os conceitos de comida, comensalidade e culinária, e apoia-se em um lugar material, que é precedida por um referencial legitimado por um grupo e nesse sentido, não pode ser isolada de seu contexto (OLIVEIRA; SILVA, 2021),

A sensorialidade e prazer geram a busca dos consumidores por novos sabores e texturas, ou seja, produtos exóticos que permitem o escape da alimentação rotineira (FURST et al., 1996; JOHNSTON; BAUMANN, 2014). As imagens analisadas colocam em evidência o modo como os restaurantes mobilizam suas representações para a gourmetização da comida tradicional, como, por exemplo, os restaurantes sofisticados: Dona Lucinha, Xapuri, que elaboram uma apresentação que chama atenção (Figura 5):

Figura 5 - Apresentação



Fonte: Instagram® dos Restaurantes Dona Lucinha e Xapuri (2021).

Para atender a essa demanda, alguns restaurantes oferecem pratos que permitem o escape da alimentação rotineira incorporando elementos exóticos. Os restaurantes Glouton e Nicolau Bar da Esquina inovam e mantêm a sofisticação em termos de apresentação e utilização de embalagens (Figura 6), adaptadas para o contexto da pandemia de COVID-19, em virtude do qual o isolamento social, o setor gastronômico e turístico foi duramente afetado:

Figura 6 - Embalagens Delivery



Fonte: Instagram® dos Restaurantes Glouton e Nicolau Bar da Esquina (2021).

O Instagram® envolve uma tecnologia de ver que impacta as percepções do real, legítimo e importante e coloca em primeiro plano reivindicações atualizadas sobre o que se considera 'boa comida' de forma mais ampla. O “*olhar do Instagram®*” prioriza o profissionalismo na elaboração dos conteúdos e imagens da rede que refletem um profissionalismo estético (FELDMAN, 2021).

Papada de porco versão 2021. Ficou retangular pra caber (em todos os sentidos) no formato do Glouton modo 'delivery'! Ele chega pra você assim, acompanhada de molho, mil-folhas de mandioca e cebolinha pérola cozidas. Se quiser montar no prato fica igualzinho o servido aqui. (Legenda de *post* Restaurante Glouton, 2021).

A atratividade visual, presente nas imagens, é resultante de uma dinâmica alimentar marcada pelo jogo de interação, influência e convivência entre a gourmetização e a tradição, resultando em uma paisagem em que diferentes temporalidades se fundem e se materializam em sabores, texturas e práticas (GIMENES; MORAIS, 2012). Na rede social analisada, para acompanhar a demanda por comida visualmente atrativa e atendendo ao olhar socialmente midiaticizado, as legendas e as apresentações dos pratos buscam agradar aos comensais do Instagram que valorizam o "*clique antes de comer*" (NANJANGUD; REDDY, 2020; FELDMAN, 2021; FELDMAN; GOODMAN, 2021).

A análise desta pesquisa aponta que os restaurantes objeto deste estudo mobilizam suas representações, nas imagens e legendas veiculadas na rede social Instagram, para compor uma paisagem alimentar (*foodscape*) que combina o sofisticado e o caipira, ou seja, uma paisagem gourmetizada que mantém sua tradição e tipicidade. As representações dos artefatos, das iguarias, do espaço e do simbolismo da comida mineira traduzem, para além dos modos pelos quais a comida é preparada para consumo, uma relação política de subordinação a padrões estabelecidos para classificar estilos culturais, constituindo-se, tal qual Freitas (2018, p. 173) refere-se ao restaurante de alta gastronomia, em um “espaço social que exacerba a desigualdade, histórica, presente na sociedade”.

A paisagem alimentar analisada reflete, em certa medida, fenômenos sociais que ilustram as noções de capital cultural e capital econômico em um mesmo ambiente (FREITAS et al., 2020). Os pratos típicos, muitas vezes caracterizados como pratos autênticos e legítimos, evidenciam uma prática discursiva que ignora os elementos que são incorporados diante das demandas contemporâneas (GIMENES; MORAIS, 2012), ressaltando mais a distinção do que a identificação com as tradições (FREITAS, 2018). Ademais, alguns elementos mais presentes nas imagens analisadas expressam como a gastronomia possibilita à reformulação de símbolos, práticas e representações nas paisagens alimentares, bem como à descentralização de identidades (FREITAS et al., 2020).

No entanto, a memória alimentar presente, mobilizada nos discursos das cozinhas regionais, também se relaciona com práticas alimentares em continuidade, possibilitando atualizações desde o passado. Ela se manifesta nos comportamentos e práticas do presente e vislumbra sua continuidade no futuro, incorporando elementos de atualização e, não raras vezes, recorrendo a tradições inventadas (WOORTMANN, 2017).

Você já provou a LINGUIÇA ARTESANAL XAPURI? Fabricada, diariamente, por nós mesmos, a linguiça do Xapuri é o prato de entrada mais pedido em nosso restaurante. Cheio de sabor e de histórias, esse prato encanta a todos que comem um pedacinho. Já imaginou essa linguiça no pão de queijo??? Huum...(Legenda de *post* Restaurante Xapuri, 2021).

A classificação de alimentos como tradicionais pode ser indefinida, elástica e heterogênea (SEBASTIA, 2017). Muitos alimentos valorizados como mineiros ganham status de “chique”, como a cachaça, os queijos artesanais e o café, sejam por meio de premiações internacionais, selos de identificação geográfica, ou se tornando patrimônio imaterial (FERREIRA, 2020). Desse modo, as lógicas patrimoniais se relacionam não só a interesses de representação e afirmação simbólica das identidades, mas, também, como a interesses de rentabilidade econômica que envolvem a mercantilização da cultura, a partir de estratégias que visam a agregação de valor econômico aos alimentos tidos como tradicionais (PEREIRA; TIBÉRIO; RODRIGUES, 2020).

Algumas das representações reconhecidas podem sinalizar a emergência de uma nova gastronomia mineira que se apoia em uma rede complexa de interações que envolve várias iniciativas, na qual *Chefs* mineiros começam a estudar, criar e discutir sobre essa gastronomia mineira atualizada e possibilitando que ela ganhe evidência no Brasil e no mundo (FERREIRA, 2020). Nesse movimento, a dinâmica da globalização interage na construção de identidades e suas apropriações possíveis, influenciando na cozinha típica regional e colocando em evidência a mobilidade de fronteiras das identidades e seus usos (GIMENES; MORAIS, 2012).

O cenário gastronômico não se reduz à cozinha e à comida, mas mobiliza um repertório de maneiras de se relacionar com elas, seja na cerimônia da refeição e ritualidade, que só adquire sentido na relação com a dinâmica dos estilos de vida, seja nas maneiras de comer, de servir, a organização da sequência dos pratos no menu e o tempo de duração das refeições (BUENO, 2016).

Arrozinho meloso de porco com tomates assados e quiabos tostados no ponto; O fogão que tem a comida mais gostosa da região, com muita qualidade e variedade; Seguimos com nosso menu degustação preparado com muito carinho. (Legenda do Restaurante Nicolau Bar da Esquina, 2021).

As imagens e legendas atribuem à comida exclusividades, maior diversidade de ingredientes, matérias-primas de qualidade com denominação de origem, menus de degustação e receitas regionais que buscam combinar o sofisticado da gourmetização com o tradicional caipira. Tal movimento sinaliza para a fragmentação exposta nas imagens e legendas, o que caracteriza a ideia da pós-modernidade (SANTOS, 2010; JOHNSTON; BAUMANN, 2014; HALL, 2021).

O termo *foodscape*, aqui compreendido pela complexidade do sistema alimentar que se propõe capturar, envolve desde práticas individuais em microescala até o regime alimentar global. As representações da *foodscape* mineira não se resumem a uma realidade objetiva, pois são moldadas, influenciadas e transformadas por práticas sociais, por instituições, por decisões econômicas e por relações de poder dentro dos sistemas alimentares (VONTHRON; PERRIN; SOULARD, 2020; YANG, 2022; ZHU et al., 2022). No caso desta pesquisa, os artefatos, os espaços e as iguarias são combinados para expor mais a distinção entre o sofisticado e o caipira, do que a identificação, descaracterizando a tradição da comida mineira ou produzindo suas atualizações

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou reconhecer representações da culinária mineira na rede social Instagram® em postagens de restaurantes mineiros para oferecer uma compreensão sobre como determinada culinária típica, como expressão da cultura regional, é mobilizada para compor a paisagem alimentar (*foodscape*). As representações analisadas estão vinculadas às tradições socioculturais que, por sua vez, vinculam-se com as características territoriais de um determinado espaço geográfico. Pollice (2010) aponta que as características do espaço e vida social determinam como a identidade prevalecerá, mesmo quando ameaçada por fatores globais, como aponta também Hall (2021).

Nesse sentido, a análise das imagens de comida mineira aponta que os restaurantes buscam características relacionadas com a mineiridade, como a tradição caipira, incorporando elementos que remetem a um estilo internacional e sofisticado que adiciona um apelo excêntrico para a comida do dia a dia. As imagens e

legendas refletem a *foodscape*, aqui entendida como o espaço sociocultural, em que clientes/consumidores recebem mensagens imagéticas para escolher o que comer, sem reducionismo da proposta conceitual de Mackendrick (2014) e daquela de Mikkelsen (2011), que incluem outros aspectos.

A paisagem alimentar é composta por três categorias: artefatos que valorizam a tradição; as iguarias - o sabor e o gosto da comida típica; e o espaço - a roça e a fazenda. Essas categorias levam à interpretação de que a paisagem alimentar representada pode ser interpretada como “o *gourmet* com tempero caipira”. Nas representações das comidas pelos restaurantes na rede social Instagram®, encontram-se aspectos tradicionais reproduzindo as características ditas como caipiras ou roceiras, como o fogão a lenha, panela de barro e pratos típicos tradicionais com cardápios restritos; e aspectos que reproduzem a gourmertzificação de restaurantes mais sofisticados, que apresentam cardápios diversificados e exibem relação com a cultura mineira por meio da sofisticação dos pratos típicos, levando a novas representações e significados que incorporam.

Esses achados, ainda que específicos sobre comida e alimentação, sinalizam para o impacto da globalização cultural, que coloca as tradições locais em risco (RITZER, 2013). Estamos diante de um fenômeno potencializado e intensificado pelo uso de mídias sociais, como o Instagram, que, tal qual as comunicações eletrônicas, nas palavras de Appadurai (1991), “esferas públicas diaspóricas”, potencializa a imaginação coletiva e a criação de universos simbólicos que transpassam as fronteiras geográficas regionais.

As principais contribuições teóricas desta pesquisa podem ser consideradas em dois pontos: (1) a paisagem alimentar, aqui trazida pelo termo *foodscape*, é um fenômeno organizacional que sugere uma leitura culturalmente mais complexa sobre a fluidez das representações e suas tensões em combinar a tradição do local e a sofisticação das cozinhas internacionais; (2) as redes sociais online alimentam o imaginário das pessoas sobre as representações regionais da cultura local, transformando e atualizando a paisagem alimentar. Em certa medida, as representações elaboradas refletem uma idealização cultural sobre refeições estetizadas e seu distanciamento da comida cotidiana da maioria da população (JOHNSTON; BAUMANN, 2014).

Desse modo, como contribuição social, nosso estudo fomenta uma reflexão crítica sobre os impactos da pós-modernidade na cozinha regional mineira, possibilitando repensarmos como a mineiridade se apoia em processos de hierarquização e distinção e está em permanente atualização na paisagem alimentar, de forma significativa pelas mídias alimentares e redes sociais online. Quanto as implicações práticas, os resultados podem contribuir para gestores do setor de restaurantes compreenderem a importância cultural da paisagem alimentar, no tocante às escolhas de artefatos materiais e simbólicos que a constituem.

Não foram considerados nesta pesquisa os restaurantes mineiros situados para além das fronteiras do estado, o que poderia ensejar uma pesquisa ampliada sobre tais representações. Ainda, pesquisas sobre *foodscape* como um fenômeno organizacional beneficiariam o campo dos estudos organizacionais, em variadas perspectivas e temas, particularmente com foco em simbolismos, identidades, culturas e política, por evidenciar as conexões entre alimentos e desigualdades e também na compreensão da participação da cultura alimentar na normalização de diferentes formas de desigualdade presentes nas paisagens alimentares.

Ademais, estudos futuros poderiam contemplar a conexão dos argumentos explorados neste trabalho, sob a perspectiva do *foodscape*, com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) propostos pela Assembleia Geral das Nações Unidas (AGNU), em especial aqueles relacionados à Fome Zero e Agricultura Sustentável e ao Consumo e Produção Responsáveis. Dessa forma poderiam ser respondidas questões como: Quais escolhas alimentares de restaurantes constituem uma *foodscape* saudável e sustentável para todas as

idades? Como as escolhas alimentares de restaurantes constituem uma *foodscape* que incentive a agricultura sustentável?

Artigo submetido para avaliação em 27/05/2022 e aceito para publicação em 01/09/2022

REFERÊNCIAS

- ABDALA, M. C. **Receita de mineiridade**: a cozinha e a construção da imagem do mineiro. Uberlândia, MG: EDUFU, 1997.
- ABDALA, M. C. Sabores da tradição. **Revista do arquivo público mineiro**, Belo Horizonte, v. 1, p. 118-129, 2006.
- ABDALA, M. C. Ressignificações do tradicional e do típico mineiro. In: MENASCHE, R.; ALVAREZ, M.; COLLACO, J. **Dimensões socioculturais da alimentação**: diálogos latino-americanos. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2012.
- ABDALA, M. Práticas sustentáveis temperadas por memórias e experiências. **Revista Ingesta**, v. 1, n. 1, p. 159-171, 2019.
- ADAMS, C. J. **Política sexual da carne**: a relação entre o carnivorismo e a dominância masculina. São Paulo: Alaúde, 2013.
- ALMEIDA, G. G. F. de. (Org.) **Territórios, cultura e desenvolvimento regional**: perspectivas multidisciplinares. Santa Cruz do Sul, RS, 2018.
- ALMÉRICO, G. M. Food and identity: food studies, cultural, and personal identity. **Journal of International Business and Cultural Studies**, Ponte Vedra Beach, v. 8, p. 1, 2014.
- APPADURAI, A. Etnoscapes globais. **Recapturando a antropologia**, p. 191-210, 1991.
- APPADURAI, A. Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy, Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. In: **Colonial discourse and post-colonial theory**. Routledge, p. 324-339, 2015.
- AZEVEDO, E. D. Alimentação, sociedade e cultura: temas contemporâneos. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 19, n. 44, p. 276-307, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1590/15174522-019004412>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/jZ4t5bjvQVqqXdNYn9jYQgL>. Acesso em: 18 jan. 2021.
- BAHL, M; GIMENES, M. H. S. G; NITSCHKE, L. B. Territorialidade gastronômica: as cozinhas regionais como forma de mediação do homem com o meio e como atrativo turístico. **Revista Geográfica de América Central**, Heredia, v. 2, p. 1-16, 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4517/451744820255.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2021.
- BANKS, M. **Using visual data in qualitative research**. London: Sage Publications, 2018. Doi: <https://dx.doi.org/10.4135/9781526445933> .
- BOMFIM, F. M. A; GOUVÊA, L. V; VICENTE, V. C. A Culinária Mineira: Signo Da Identidade Cultural De Minas Gerais. **Razón y Palabra**, v. 20, n. 94, p. 487-512, 2016.
- BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do gosto. Porto Alegre/São Paulo, Zouk/EDUSP, 1979.
- BOURDIEU, Pierre et al. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.
- BUENO, M. L. DA GASTRONOMIA FRANCESA À GASTRONOMIA GLOBAL: hibridismos e identidades inventadas I. **Caderno CrH**, Juiz de Fora, v. 29, n. 78, p. 443-462, 2016. Doi: <https://doi.org/10.1590/S0103-49792016000300003>

BYRD, S. Comida mineira: a “cultural patrimony” of Brazil. **Global Food History**, Biddeford, v. 4, n. 1, p. 78-97, 2018. Doi: <https://doi.org/10.1080/20549547.2017.1405234>

CAPPELLINI, B; PARSONS, E; HARMAN, V. ‘Right taste, wrong place’: Local food cultures,(dis) identification and the formation of classed identity. **Sociology**, v. 50, n. 6, p. 1089-1105, 2016. Doi: <https://doi.org/10.1177/0038038515593033>

CIDADE-BRASIL. **Mesorregião do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba**. [2021]. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/mesorregiao-do-triangulo-mineiro-e-alto-paranaiba.html> . Acesso em: 12 maio 2021.

COLLAÇO, J; MENASCHE, R. **Comer contemporâneo: e não é que comida continua boa para pensar?**. 2015.

DONALUCINHAPRACADALIBERDADE. [**Nossa porção de mandioca é bem sequinha, usamos um segredo no cozimento!**]. Belo Horizonte, 30 abr. 2021. Instagram: donalucinhapracadaliberdade. @donalucinhapracadaliberdade. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/COSrV20Fjfu/>. Acesso em: 01 jun. 2021.

_____. [**O nosso delivery continua cheio de delícias, histórias e amor em cada panela.**]. Belo Horizonte, 22 abr 2021. Instagram: donalucinhapracadaliberdade. @donalucinhapracadaliberdade. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CN-O_2rIRdV/. Acesso em: 01 jun. 2021.

FAZENDINHASABIARESTAURANTE. [**Venha almoçar conosco!**]. Uberlândia, 3 maio 2021. Instagram: Fazendinhasabiarestaurante. @fazendinhasabiaoficial. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B_udMzYlljz/. Acesso em: 01 jun 2021.

FELDMAN, Z.; GOODMAN, M. K. Digital food culture, power and everyday life. **European Journal of Cultural Studies**, Thousand Oaks, v. 24, n. 6, p. 1227-1242, 2021. Doi: <https://doi.org/10.1177/13675494211055501>

FELDMAN, Z. ‘Good food’ in an Instagram age: Rethinking hierarchies of culture, criticism and taste. **European Journal of Cultural Studies**, v. 24, n. 6, p. 1340-1359, 2021. Doi: <https://doi.org/10.1177%2F13675494211055733>

FERREIRA, R. de A. et al. **Do" bño" da cozinha ao" trem" da gastronomia**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG, 2020.

FIGUEIRAS, Rita. Estudos em mediatização: causalidades, centralidades, interdisciplinaridades. **Matrizes**, v. 11, n. 1, p. 101-126, 2017.

FISCHLER, C. **El (h) omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo**. Anagrama, 1995.

FLICK, U. **Qualidade na pesquisa qualitativa: coleção pesquisa qualitativa**. Bookman Editora, 2009.

FOGAODEMINAS. [**Prezados clientes, iremos retomar nossas atividades nessa quarta-feira (14/04)!!**]. Uberlândia, 12 abr 2021. Instagram: fogaodeminas @fogaodeminas. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CnlWLyHITmO/>. Acesso em: 01 jun. 2021.

_____. [**A tradicional comida mineira é aqui no Fogão de Minas!**]. Uberlândia, 07 jan 2021. Instagram: fogaodeminas @fogaodeminas. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CJv8yPHFmVy/>. Acesso em: 01 jun. 2021.

FREITAS, C. H. G. **“Cozinha medieval”: Regionalidade e pós-modernidade em um restaurante gastronômico de uma cidade global**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG, 2018.

FREITAS, Carlos Henrique Gonçalves; RODRIGUES, Cíntia; VALADÃO JUNIOR, VALDIR. Agridoce: cozinhas profissionais pós-coloniais na pós-modernidade. **Cadernos EBAPE**. BR, v. 18, p. 807-820, 2020.

FURST, Tanis et al. Food Choice: A Conceptual Model of the Process. **Appetite**, v. 26, n. 3, p. 247-266, 1996.

GIMENES, M. H. S. G; MORAIS, L. P. Os lugares da tradição e da inovação na culinária regional. **Ateliê Geográfico**, Goiania, GO, v. 6, n. 3, p. 148-162, 2012.

GLOUTON. [**Papada de porco versão 2021**]. Belo Horizonte, 6 maio 2021. Instagram: [gloutonbh @gloutonbh](https://www.instagram.com/p/COjAKknFzCV/). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/COjAKknFzCV/>. Acesso em: 01 jun 2021.

GOODMAN, Michael K.; JAWORSKA, Sylvia. Mapping digital foodscapes: Digital food influencers and the grammars of good food. **Geoforum**, v. 117, p. 183-193, 2020. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.09.020>

GONÇALVES, A. Mesa ao vivo Minas Gerais reúne chefs famosos em palestras e degustações. **OTEMPO**, Belo Horizonte, 26 nov. 2019, 19:02. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/gastro/mesa-ao-vivo-minas-gerais-reune-chefs-famosos-em-palestras-e-degustacoes-1.2266521#:~:text=A%20lista%20ainda%20tem%20v%C3%A1rios,Leo%20Paix%C3%A3o%20>. Acesso em: 12 maio 2021.

GOODMAN, M. K; JOHNSTON, J; CAIRNS, K. Food, media and space: the mediated biopolitics of eating. **Geoforum**, v. 84, p. 161-168, 2017. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.06.017>

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro, RJ: Lamparina, 2021.

HAMMELMAN, C. Investigating connectivity in the urban food landscapes of migrant women facing food insecurity in Washington, DC. **Health & Place**, v. 50, p. 89-97, 2018. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2018.01.003>

JOHNSTON, J; BAUMANN, S. **Foodies: democracy and distinction in the gourmet foodscape**. New York, Routledge, 2014.

JOHNSTON, J.; GOODMAN, M. K. Spectacular foodscapes: food celebrities and the politics of lifestyle mediation in an age of inequality. **Food, culture & society**, v. 18, n. 2, p. 205-222, 2015. Doi: <https://doi.org/10.2752/175174415X14180391604369>

KEMP, S. Digital in Brazil: all the statistics you need in 2021. (n.d.). **DataReportal**. 2021. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil>. Acesso em: 21 maio 2021.

KWIK, J. Traditional food knowledge: A case study of an immigrant Canadian" foodscape". **Environments**, v. 36, n. 1, p. 59, 2008.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre, RS: Penso Editora, 2014.

LIMA, R. S; FERREIRA NETO, J. A; FARIAS, R. D. C. P. Alimentação, comida e cultura: o exercício da comensalidade. **DEMETRA: alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 10, n. 3, p. 507-522, 2015. Doi: <https://doi.org/10.12957/demetra.2015.16072>

MACIEL, M. E. Identidade cultural e alimentação. In: CANESQUI, A. M.; DIEZ GARCIA, R. W.; **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro, Fiocruz, p. 49-55, 2005.

MACKENDRICK, N. Foodscape. **Contexts**, v. 13, n. 3, p. 16-18, 2014. Doi: <https://doi.org/10.1177/1536504214545754>

MEDEIROS, C. R. D. O; SILVA, N. C. Homem de verdade: apelo a um ideal de masculinidade em propagandas de fast food. **Farol-Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, Belo Horizonte, MG; v. 1, n. 2, p. 594-634, 2014. Doi: <https://doi.org/10.25113/farol.v1i2.2521>

MIEWALD, C; MCCANN, E. Foodscapes e as geografias da pobreza: sustento, estratégia e política em um bairro urbano. **Antípoda**, v. 46, n. 2, p. 537-556, 2014.

MILES, M. B.; HUBERMAN, A. M.; SALDANA, J. **Fundamentals of Qualitative Data Analysis In Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook**, 2014. p. 69–104.

MOURITSEN, Ole G. et al. Data-driven methods for the study of food perception, preparation, consumption, and culture. **Frontiers in ICT**, v. 4, p. 15, 2017.

MIKKELSEN, B. E. Images of foodscapes: Introduction to foodscape studies and their application in the study of healthy eating out-of-home environments. **Perspectives in Public Health**, v. 131, n. 5, p. 209-216, 2011. Doi: <https://doi.org/10.1177/1757913911415150>

NANJANGUD, A.; REDDY, M. The test of taste ': New media and the' progressive indian foodscape. **Journal of Creative Communications**, v. 15, n. 2, p. 177-193, 2020. Doi: <https://doi.org/10.1177/0973258619893804>
NICOLAUBARDAESQUINA. [A gente confessa que essa foi para fazer vontade!]. Belo Horizonte, 29 abr 2021. Instagram: nicolaubardaesquina @nicolaubardaesquina. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/COQ7qiHFo1Y/>. Acesso em: 01 jun. 2021.

OCAIPIRAORESTAUANTE. [O fogão que tem a comida mais gostosa da região, com muita qualidade e variedade.]. Araguari, 19 maio 2021. Instagram: ocaipiraorestaurante. @restaurantecaipiraoficial. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CPETZJ8hBRM/>. Acesso em: 01 jun. 2021.

OLIVEIRA, T. M; SILVA, G. B. de L. O gosto pelo Regional: Contribuições da Gastronomia para os estudos sobre Cozinha Regional. **Ágora**, v. 23, n. 1, p. 232-246, 2021. Doi: <https://doi.org/10.17058/agora.v23i1.15937>
PEREIRA, L. M. Intelectuais em ação, mineiridade em xeque. **Locus: Revista de História**, v. 21, n. 1, 2015.

PEREIRA, X; TIBÉRIO, M. L; RODRIGUES, V. Comer e beber as paisagens: alimentação e turismo nos restaurantes de Vila Real. **Trabalhos de Antropologia e Etnologia**, v. 58, 2020.

PLANK, K. **The sacred foodscapes of Thai Buddhist temples in Sweden**. Scripta Instituti Donneriani Aboensis, v. 26, p. 201-24, 2015.

POLLICE, F. O papel da identidade territorial nos processos de desenvolvimento local. **Espaço e cultura**, Rio de Janeiro, n. 27, p. 7-24, 2010.

POULAIN, J. A gastronomização das cozinhas locais. In: WOORTMANN, E.; CAVIGNAC; J. A. **Ensaio sobre a Antropologia da alimentação: saberes, dinâmicas e patrimônios**. 2017.

RESTURANTENOSSACASAUBERABA. [A verdade é que hoje é o Dia da Família.]. Uberaba, 15 maio 2021. Instagram: restaurantenossacasauberaba @ restaurantenossacasauberaba. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CO5TTL6skfW/>. Acesso em: 01 jun. 2021.

RIBEIRO, R. C; RAMIRO, D. O; MOREIRA, L. S. O espetáculo da culinária. **Revista Brasileira de Gastronomia**, Florianópolis, SC; v. 2, n. 2, p. 95-108, 2019.

RITZER, G. **A McDonaldização da sociedade**. Londres: Sage, 2013.

ROGERS, R. A. Beasts, burgers, and hummers: Meat and the crisis of masculinity in contemporary television advertisements. **Environmental Communication**, v. 2, n. 3, p. 281-301, 2008. Doi: <https://doi.org/10.1080/17524030802390250>

SANTOS, B de S. From the postmodern to the postcolonial-and beyond both. In: RODRIGUEZ, E. G.; BOATCÁ, M.; COSTA, S. **Decolonizing European sociology: transdisciplinary approaches**, Ashgate Publishing Limite, p. 225-242, 2010.

SEBASTIA, Brigitte. Eating traditional food: politics, identity and practices. In: **Eating Traditional Food**. Routledge, 2016. p. 15-33.

SEDELMEIER, T; KÜHNE, O; JENAL, C. FOODSCAPES. VS VERLAG FÜR SOZIALWISSE, 2022.
SOBAL, J. Men, meat, and marriage: Models of masculinity. **Food and foodways**, v. 13, n. 1-2, p. 135-158, 2005. Doi: <https://doi.org/10.1080/07409710590915409>

VONTHRON, S; PERRIN, C; SOULARD, C. T. Foodscape: a scoping review and a research agenda for food security-related studies. **PLoS One**, v. 15, n. 5, p. e0233218, 2020. Doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0233218>

XAPURI. [Hoje é dia do queijo artesanal de Minas Gerais]. Belo Horizonte, 16 maio 2021. Instagram: Xapuri. @xapurirestaurante. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CO71k7bgYS/>. Acesso em: 01 jun, 2021.

_____. [Quem já veio ao Xapuri com certeza já provou o torresmo de barriga.]. Belo Horizonte, 19 maio 2021. Instagram: Xapuri. @xapurirestaurante. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CPDo5Txn3Zs/>. Acesso em: 01 jun. 2021.

_____. [O sábado amanheceu propício pra Xapurizar.]. Belo Horizonte, 15 maio 2021. Instagram: Xapuri. @xapurirestaurante. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CO5SKz4AE2o/>. Acesso em: 01 jun 2021.

YANG, F. **Redesigning a Dutch polder**: A Biophilic Foodscape that Facilitates the Symbiotic Development of Metropolis and Nature in Almere Oosterwold Area, 2022.

WOORTMANN, E. Memória alimentar: prescrições e proscricões. In: WOORTMANN, E.; CAVIGNAC; J. A. **Ensaio sobre a antropologia da alimentação**: saberes, dinâmicas e patrimônios. Natal, RN: Edufrn, 2017.

ZHU, D. et al. How to Frame Destination Foodscapes? A Perspective of Mixed Food Experience. **Foods**, v. 11, n. 12, p. 1706, 2022.

ZIMENKO, Tatiana. Korean Royal Cuisine viewed as a Component of the Modern South Korea's Foodscape. Available at SSRN 3991963, 2021.