



JORNALISMO CULTURAL: COMO A GASTRONOMIA É REPRESENTADA NAS ANIMAÇÕES DA DISNEY E PIXAR

Luiza Assumpção Paniagua dos Santos (IC) e Arnaldo Lorençato (Orientador)

Apoio: PIVIC Mackenzie

RESUMO

O jornalismo cultural surge no Ocidente em 1711 com o intuito de acompanhar as mudanças na sociedade, sendo a gastronomia uma de suas vertentes. Esse jornalismo se desenvolveu, apresentando cadernos próprios, programas de televisão e participação no cinema. A sétima arte tornou-se uma das mais influentes e acessíveis na atualidade, impactando a forma como determinados temas são compreendidos pelo público. Sendo assim, entender a relação do cinema com o jornalismo cultural é também entender como a representação cinematográfica de uma cultura impacta na compreensão dessa pelo público. A pesquisa destinou-se a analisar como as animações da Disney e da Pixar, produtoras cinematográficas reconhecidas mundialmente, retrataram determinadas culturas por meio da representação de suas gastronomias tradicionais, marcando gerações de crianças. Foram usados para análise os conceitos do jornalismo cultural e gastronômico, a relação entre cinema e o jornalismo, e as críticas e resenhas feitas por jornalistas sobre essas animações. Foi possível concluir que houve uma pesquisa aprofundada pela produção acerca da cultura de cada nação representada, apresentando uma preocupação com a fidelidade da gastronomia desses povos, mesmo nas animações em que ela não é a temática principal. Percebeu-se que ocorreu um impacto significativo nos espectadores, interessando-os pelas culturas e incentivando as crianças a conhecerem mais o mundo da gastronomia.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural. Gastronomia. Animações.

ABSTRACT

Cultural journalism emerged in the West in 1711 with the intention of accompanying societal changes, with gastronomy being one of its strands. This type of journalism has developed, featuring its own sections, television programs, and participation in cinema. The seventh art has become one of the most influential and accessible forms of media today, impacting how certain themes are understood by the public. Thus, understanding the relationship between cinema and cultural journalism also means understanding how the cinematic representation of a culture affects the public's comprehension of that culture. The research aimed to analyze how Disney and Pixar animations, globally recognized film producers, portrayed specific cultures through the representation of their gastronomy, marking generations of children. Concepts from cultural and gastronomic journalism, the relationship between cinema and



journalism, and the critiques and reviews by journalists of these animations were used for the analysis. It was concluded that there was thorough research conducted by the production about the culture of each represented nation, showing a concern for the fidelity of these peoples' cuisines, even in animations where cuisine is not the main theme. It was observed that there was a significant impact on viewers, sparking their interest in different cultures and encouraging children to learn more about the world of gastronomy.

Keywords: Cultural Journalism. Gastronomy. Animations.



PROGRAMA INSTITUCIONAL DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA

1. INTRODUÇÃO

Com o advento do cinema, muito antes da Internet, a convivência num mundo globalizado deixou de se limitar pela espacialidade. A partir da chamada sétima arte, expandiram-se as trocas culturais entre pessoas de diferentes nações levando novas formas de cultura e comportamento ao redor do globo. Era um primeiro passo para uma universalização. Bastava acompanhar o que era exibido nas telas. O cinema sempre teve potencial de troca, o que se acelerou e intensificou com a chegada da Internet e das redes sociais. Pode-se analisar esse processo pelo jornalismo cultural, explicitando a influência do cinema e dos meios audiovisuais nas trocas culturais entre os povos de diversos países.

Estudar então, as formas como as culturas são representadas pelo cinema, no caso desta pesquisa pelas animações, é buscar compreender jornalisticamente a influência que essas representações geram sobre a percepção das pessoas em relação a uma cultura, o que pode gerar preconceitos ou curiosidades, dependendo da forma abordada. Inicialmente, foi proposto o estudo das animações *Ratatouille*, *A Princesa e o Sapo*, *Luca* e *Bao*. Contudo, *Luca* foi excluído do artigo porque a gastronomia está mais em segundo plano se comparada com os outros filmes analisados.

Na pesquisa proposta, a gastronomia, sendo essa uma vertente do jornalismo cultural, poderia ser usada como elemento no estudo dessas representações pelo cinema. Assim, partiu-se do seguinte problema: de que maneira o jornalismo cultural reconhece nas animações da Disney e da Pixar a representação da gastronomia como a representação da cultura de diferentes países?

O objetivo principal deste trabalho foi investigar se essa representação, sob a ótica norte-americana nas animações da Disney e Pixar, foi realizada de modo estereotipado, superficial ou fiel à cultura do povo representado. Para isso, estudou-se a história e a importância do jornalismo cultural e gastronômico, a entrada da gastronomia no contexto cinematográfico e seu impacto nos espectadores, e a recepção dessas animações pelo jornalismo especializado. Após esses estudos, analisou-se separadamente cada animação e a representação feita pelos estúdios, a fim de responder à pergunta-problema da pesquisa. Essa é uma forma original de análise de cinema e gastronomia por meio do jornalismo cultural.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A perspectiva de análise se iniciou com o surgimento e a evolução do jornalismo cultural e sua vertente gastronômica, relacionados às próprias mudanças da sociedade, às



relações entre comida e cultura, e à forma como a mídia, especialmente o cinema, é capaz de representar essas características por meio da gastronomia.

O jornalismo cultural, propriamente dito, surge no Ocidente em 1711 com a fundação da revista *The Spectator*, na Inglaterra. O intuito era divulgar o conhecimento e as mudanças da época de forma divertida, e não acadêmica, já que a “Spectator se dirigia ao homem da cidade, moderno” (Piza, 2008, p. 12). Houve uma grande evolução, em particular no século XX. A partir da década de 1920, as revistas culturais voltadas para essa forma de jornalismo multiplicam-se e se tornam seções obrigatórias na grande imprensa nos anos 50 (Piza, 2008). No Brasil, o pioneiro da seção cultural diária nos jornais foi o *Jornal da Tarde*, com a seção *Divirta-se*, inovando ao trazer temas culturais alternativos em comparação aos outros jornais, como a gastronomia.

A partir dos anos 90, a gastronomia e a moda, vertentes do jornalismo cultural, aumentam em público e relevância, ganhando cadernos específicos para seus temas. Em âmbito nacional, o caderno *Comida*, da *Folha de S. Paulo*, é um dos marcos do jornalismo diário, trazendo mais do que críticas gastronômicas. Em suas páginas também estavam notícias, reportagens, receitas e guias sobre esse tema.

Segundo Belasco (2008), a comida, assim como a língua e a religião, é uma forma de prova cultural, identificando quem somos, de onde viemos e o que queremos ser. Portanto, um prato tradicional é capaz de representar, ao menos parcialmente, uma cultura, devido ao seu poder de ser uma prova dessa.

O cinema surge no início do século XX, na França, com o advento do cinematógrafo, pelos irmãos Lumière. A narrativa, contudo, provém da mitologia que, segundo Joseph Campbell, tem como função o fornecimento de símbolos que dão vida a cada fase da existência humana. Campbell, em seu livro *O Herói de Mil Faces* (2007), forneceu as etapas da mitologia, adaptadas aos 12 passos da jornada do herói por Christopher Vogler, consultor da Disney, no livro *A Jornada do Escritor: Estrutura Mítica para Escritores* (2015). Sendo a mitologia uma forma de entender o mundo, as animações, que estruturam suas narrativas na jornada do herói, são formas de leitura do mundo e da cultura representada em suas histórias.

A mídia e os meios de comunicação, mais especificamente o entretenimento, representam a cultura de um povo por meio da gastronomia constantemente em programas de televisão, filmes e animações. Dessa maneira, o que é encontrado na mídia especializada em gastronomia, tanto na sua forma impressa, televisiva ou cinematográfica, expressa elementos significativos de uma cultura, não apenas por referenciar o ato de se alimentar, mas por revelar traços sociais e econômicos dessa cultura (Frederico; Módolo, 2007).

Por conseguinte, estudar como as animações norte-americanas da Disney e Pixar representam a gastronomia é analisar a maneira como a cultura das diferentes nações retratadas é referenciada por esses estúdios, seja de maneira fiel ou estereotipada.

3. METODOLOGIA

A primeira parte da pesquisa foi de caráter bibliográfico e contemplou os estudos teóricos sobre a história do jornalismo cultural e sua vertente gastronômica com o intuito de analisar o seu desenvolvimento ao longo dos séculos. Para tanto, foram lidos o livro de Daniel Piza, *Jornalismo Cultural* (2007), o capítulo de Isabelle Anchietta, *Jornalismo cultural: por uma formação que produza o encontro da clareza do jornalismo com a densidade e a complexidade da cultura*, do livro *7 Propostas para o Jornalismo Cultural* (2009), e a dissertação *Gastronomia: prato do dia do jornalismo cultural* (2006), de Renata Maria do Amaral. Na intenção de investigar mais a relação entre comida e ser humano, foram lidos o livro de Warren Belasco, *Food: The key concepts* (2008) e o artigo *Reflexões acerca da relação entre a alimentação e o homem* (2010), de Vivilaine Maturana.

Numa segunda etapa, estudou-se a entrada do jornalismo gastronômico no setor do entretenimento e no cinema. Nesta parte, a pesquisa teórica investigou a dissertação de Thais Morais Salomão, *O conto A Festa de Babete e sua adaptação cinematográfica a partir da perspectiva dos food studies* (2021). Em relação aos estúdios Disney e Pixar, foi lido o livro *Criatividade S.A.* (2014), de Ed Catmull, a fim de entender as mudanças na cultura criativa após a fusão da Pixar à Disney. Para o estudo cinematográfico, foram lidos o livro de Joseph Campbell, *O Herói de Mil Faces* (2007), e o livro de Christopher Vogler, *A Jornada do Escritor: Estrutura Mítica para Escritores* (2015).

Após essa etapa, iniciaram-se as análises de cada animação. Para *Ratatouille*, foi lido o trabalho *A Gastronomia e a Comunicação: análise do discurso gastronomia a partir do chef Jamie Oliver e do filme Ratatouille* (2011), de Liana Bettiol e Úrsula Diesel. Ao tratar da culinária, a matéria *Ratatouille: Food desmystified*, do Wasserstrom Blog (2022), foi estudada para compreender mais sobre a história desse prato.

No caso de *A Princesa e o Sapo*, a pesquisa foi além da gastronomia, aprofundando-se na cultura cajun. Investigou-se sobre a deportação do povo cajun pelo *L'Encyclopédie Canadienne* (2013), de James H. Marsh, e a culinária pelo livro *The Encyclopedia of Cajun & Creole Cuisine*, de John D. Folse (2004).

Para *Bao*, a pesquisa aprofundou-se nas matérias jornalísticas que entrevistaram Domee Shi, a criadora e diretora da animação, analisando sua relação com a cultura imigrante chinesa no Canadá e a importância da gastronomia para o curta-metragem. Um dos materiais dessa pesquisa foi o minidocumentário (*bonus feature*), do Disney+ de 2018, *Fazendo Bao*.



Na última e quarta etapa da pesquisa, foram levantadas as análises das críticas e resenhas feitas pelos jornalistas sobre cada animação. A intenção era procurar aquelas com foco na questão cultural e gastronômica, buscando informações que explicitassem a representação cultural feita por cada animação e seu impacto no público. Nesta etapa uniu-se o jornalismo gastronômico à crítica cinematográfica com a intenção de verificar como foi a recepção das animações pelos jornalistas especializados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Essa seção tem como base os estudos teóricos sobre jornalismo cultural e gastronômico, a entrada da gastronomia nas animações, e as análises dos objetos de estudo, respectivamente *Ratatouille*, *A Princesa e o Sapo* e *Bao*. As análises são pautadas no jornalismo gastronômico em paralelo às críticas cinematográficas sobre as animações.

4.1 JORNALISMO CULTURAL

O marco do jornalismo cultural é a fundação da revista diária *The Spectator*, em 1711, na Inglaterra. O foco da revista era promover o conhecimento de forma divertida ao homem moderno. Durante esse período de inovações e transformações, marcado pela Primeira e Segunda Revoluções Industriais, o jornalismo era feito de notícias, articulismo político e, no campo cultural, alguns debates sobre livros e artes. Com a virada do século XX, a arte moderna, caracterizada no Brasil pela Semana de 1922, contribui para renovar o jornalismo cultural, junto das revistas, com seus tabloides literários, ensaios, resenhas, críticas, perfis, contos e poemas (Piza, 2008). Ao acompanhar os momentos-chave da indústria cultural, os setores voltados para a cultura ganharam força transformando não só o entretenimento, como os próprios jornais, setores promissores da economia global (Piza, 2008). A crônica passa a ser um marco do jornalismo cultural brasileiro, estando presente em todas as seções culturais de jornais e revistas nacionais.

Em 1966, sob o comando de Mino Carta, responsável pela seção dos esportes do *Estado de S. Paulo*, é criado um jornal revolucionário, ágil e de grandes reportagens, durante o período vespertino, denominado de *Jornal da Tarde*. Um pioneirismo foi a seção: *Divirta-se*, uma página diária com a proposta de oferecer ao leitor alternativas culturais, inovando ao tratar da gastronomia. Em 1970, a seção passou a ter duas páginas diárias, espaço no final de semana e, em 1985, tornou-se um suplemento semanal. O *Jornal da Tarde* encerrou suas atividades em 2012.

O jornalismo cultural não apenas anunciava e comentava sobre as novas obras mas refletia sobre “o comportamento, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte ao mesmo integrante e autônoma” (Piza, 2008,



p. 57). Com a chegada da Internet, o acesso à cultura internacional acelerou-se e acentuou-se. O contato entre culturas passou a ser mais intenso. Agora não havia o interesse apenas pela própria cultura, como também pela do outro, já que “num mundo que cada vez mais se interpenetra, é ingênuo imaginar que uma cultura viva isolada e assim possa se manter viva e ativa” (Piza, 2008, p. 61).

4.2 JORNALISMO GASTRONÔMICO

Durante o Período Napoleônico, surge na França o primeiro crítico gastronômico, Grimod de la Reynière (1758-1838), com o seu *Almanach des Gourmands* (1803-1812). Considerado como fundador do discurso gastronômico moderno, Grimod é sucedido por Brillat-Savarin quando esse autor escreve o livro *A Fisiologia do Gosto* (1825). Nessa época já existia o interesse pela gastronomia e pelo ato de comer bem, ambos acentuando-se ao longo dos séculos que o seguiram.

E, como o jornalismo cultural, é na última metade do século XX, a partir das décadas de 1960 e 1970, que o interesse pela gastronomia começa a se acentuar em vários países, junto ao turismo e as visitas a restaurantes, que deixam de ser um privilégio da elite para virar uma atividade de lazer comum, valorizando o ato de comer fora e o prazer pela comida. Com uma classe média crescente, educada em matéria de gostos culinários, o emergente jornalismo gastronômico adquiriu potência e interesse mundial.

Trazendo-o ao âmbito nacional, faz-se necessário um panorama dos principais acontecimentos que transformaram o jornalismo gastronômico no que ele é hoje. Roberto Marinho de Azevedo Neto que, sob o pseudônimo de Apicius, escreveu entre 1975 e 1997 uma coluna semanal para o *Jornal do Brasil* chamada *À mesa, como convém*, popularizou ainda mais a crítica gastronômica desse jornal, por meio de seus comentários negativos e avassaladores. Mas o grande marco desse jornalismo foi o caderno *Comida* que surgiu dentro do caderno cultural *Ilustrada da Folha de S. Paulo*, em 1988. No *Comida*, reportagens, notícias, notas, críticas, até receitas e guias, traziam informações e opiniões sobre a gastronomia. O caderno teve uma segunda fase iniciada em 2011 e mantém-se presente até hoje no *Folha Digital*.

Outro marco no jornalismo gastronômico foi o surgimento, em 1997, do guia *Veja São Paulo Comer & Beber*, editado pelo jornalista Arnaldo Lorençato. Publicada pela revista *Veja São Paulo*, da qual Lorençato é editor-executivo, a edição anual classifica de uma a cinco-estrelas máximas os estabelecimentos e premia os melhores endereços da capital paulista, divididos nas categorias restaurantes, bares e comidinhas. Todas as visitas feitas pela equipe de gastronomia para avaliação e redação das resenhas são realizadas de maneira anônima e com as contas pagas pela Editora Abril, que publica a revista. Além disso há uma premiação,



semelhante a um Oscar da gastronomia e uma feira culinária reunindo campeões e endereços estrelados.

Com um jornalismo especializado já fortificado, é a globalização que expande o universo cultural, facilitando o acesso do público ao internacional, principalmente na gastronomia. Esse acesso levou a trocas gastronômicas entre povos de diferentes locais do planeta. Sendo a comida, assim como a língua e a religião, uma forma de prova cultural, identificando quem somos, de onde viemos e o que queremos ser (Belasco, 2008), é possível analisar por um prato tradicional a cultura de um povo, já que a escolha dos alimentos em detrimento de outros deriva da disponibilidade deles no território, escolhas marcadas por tabus, religiosidade e tradições.

O entretenimento tem um papel importante na expansão da temática gastronômica, com seus programas televisivos e obras voltadas para a gastronomia, conquistando um público ainda mais interessado na cultura de outros países e nos pratos tradicionais destes.

4.3 DISNEY E PIXAR: Gastronomia no mundo das animações

A Walt Disney Company foi criada em 1923, por Walt Disney (1901-1966) e seu irmão Roy Oliver Disney (1893-1971), pioneiros da animação 2D. Ao longo das décadas do século XX, essa companhia passou das telas de cinema para os parques temáticos, criou subprodutos, como bonecos, jogos e livros de receitas inspirados em suas animações, e no século XXI, entrou nas redes sociais.

A Pixar, em seu início um laboratório de pesquisa sobre animação 3D do Instituto de Tecnologia de Nova York, tornou-se uma empresa focada em animação apenas em 1986 com a entrada de Steve Jobs (1955-2011), um dos criadores da Apple. Nos anos 90, firmaram um acordo de produção de três filmes com a Disney, lançando seus primeiros sucessos, como *Toy Story* (1995) e *Vida de Inseto* (1998). Em 2006, é comprada pela Disney, tornando-se uma de suas empresas mais influentes no universo das animações cinematográficas.

Em 2007, um ano após a aquisição, a Pixar lança *Ratatouille*, primeira animação com temática focada na gastronomia, ambientada na capital da culinária, Paris. Em 2009, a Disney Animation apresenta *A Princesa e o Sapo*, trazendo a gastronomia tradicional de Nova Orleans. Nove anos depois, em 2018, a Pixar lança o curta-metragem *Bao*, tratando dos tradicionais bolinhos ao vapor chineses.

O que nos interessa na pesquisa é o que acontece após a união Disney e Pixar, momento no qual estas animações, marcadas pela gastronomia e culturas diversas, são lançadas. As análises são pautadas no jornalismo gastronômico conjuntamente às críticas cinematográficas sobre elas.



É importante ressaltar que outros filmes com a temática gastronômica já haviam permeado os cinemas, antecedendo essas animações, como *Le Grand Restaurant* (1966) e *A Festa de Babette* (1987). Na televisão, há a presença constante dos programas gastronômicos, desde o lançamento do *The French Chef*, nos anos 60, apresentado por Julia Child, que trouxe a gastronomia francesa para os lares norte-americanos, demonstrando a relevância dessa temática na sociedade. No Brasil, a colunista da revista *O Cruzeiro* (1928-1985), Helena Sangirardi (1905-1989), apresentou o programa *Alegria de Cozinhar* entre 1957 e 1963, na TV Rio.

4.4 RATATOUILLE

Em *Ratatouille* (2007), Remy, o protagonista, é um rato apaixonado por gastronomia que vive no interior da França. O personagem, diferentemente dos outros ratos, sabe ler, o que lhe permitiu aprender todas as receitas de Gusteau, dono de um renomado restaurante parisiense, personagem inspirado em Bernard Loiseau, chef francês que aos 53 anos tirou a própria vida após François Simon, crítico de restaurantes, então do *Le Figaro*, especular que o restaurante de Loiseau, *La Côte d'Or*, perderia uma das três estrelas máximas do *Guia Michelin*. Gusteau também se suicidou após crítica feita por Anton Ego, um crítico arrogante que não acreditava no lema do chef: *todo mundo pode cozinhar* — a arte imita a vida.

Durante uma fuga do campo ao esgoto de Paris, Remy vai ao restaurante de Gusteau onde conhece Linguini, um péssimo cozinheiro, filho do falecido chef e herdeiro do negócio. Juntos desenvolvem uma maneira de Remy cozinhar escondido no chapéu de Linguini, enquanto este se passa por chef. O restaurante começa a fazer sucesso novamente, atraindo a atenção de Anton Ego, que desafia Linguini, prometendo retornar e publicar uma nova crítica. Em meio a uma crise, Linguini revela a verdade sobre Remy, o que faz todos irem embora. A sós, Remy prepara para Anton um ratatouille, um guisado de legumes de origem camponesa, inovando no preparo. O crítico fica surpreso e pede para conhecer o chef. Mesmo sabendo se tratar de um rato, Anton elogia o restaurante, aceitando o lema de Gusteau. O restaurante acaba sendo fechado pela vigilância sanitária, mas Remy e Linguini, junto de Anton, abrem um novo restaurante para humanos e ratos.

A animação traz todas as referências do mundo gastronômico, as críticas nos jornais, os programas televisivos, os livros de receita, a vida numa cozinha de um restaurante renomado, não em qualquer lugar do mundo, mas em Paris. Ao escolher essa capital gastronômica como universo da animação, os criadores buscaram mostrar o mundo da culinária no seu mais alto posto pelo ponto de vista de um rato, um animal considerado imundo e avesso à limpeza necessária num restaurante. A temática defende que todos podem alcançar seus sonhos, até mesmo o simples camponês Remy. A escolha por esse



protagonista, um rato, como pelo prato ratatouille em detrimento de outras receitas francesas mais conhecidas, é simbólica e remete ao tema da animação.

O prato é um guisado de legumes mediterrâneo de origem rural, mais precisamente da região provençal de Nice, com suas primeiras menções escritas apenas no século XIX, no *Journal des sciences militaires des armées de terre et de mer* (Revista de Ciências Militares do Exército e do Mar), por J. Corréard Jeune, em 1831, sendo um prato consumido por militares e agricultores. Em 1847, o *Dicionário Provençal-francês*, de Simon-Jude Honnorat, cita a existência dele, comparando-o a uma sopa para ratos, um ensopado ruim.

Não é possível determinar uma data fixa para a origem da receita como a conhecemos hoje, mas foi em 1947 que a mais próxima da atual apareceu no livro *La Table en Provence & sur la Côte d'Azur*, de Benoit Mascarelli. Foi apenas em 1962, que o ratatouille apareceu na publicação *Recettes des Provinces de France*, como uma receita tradicional da região de Nice.

Simbolicamente, a receita faz uma referência à gastronomia litorânea Nice. Criada por camponeses, a culinária era caseira, feita com ingredientes locais, próprios da região. A escolha por esse prato, no lugar de outros, como o *foie gras*, fígado gordo de ganso ou pato, e o *boeuf bourguignon*, um refogado de carnes com legumes, o primeiro originário da Dordonha e o segundo, da Borgonha, foi dada pela necessidade narrativa de mostrar que, até a coisa mais simples de todas, pode ser exaltada e que o valor emocional muitas vezes pesa mais que o luxo, o refinado. E claro, por brincar com a semelhança ao nome rato (*rat*).

No filme, ao preparar este prato, Remy não segue a receita apresentada na ficha técnica do restaurante, com os legumes cortados em cubos e cozidos na panela, como na versão tradicional. Inovando em todo o longa, o rato segue a adaptação criada especialmente para o filme, intitulada *confit byaldi*, feita por Thomas Keller, renomado chef norte-americano e consultor da animação. Trazer algo de diferente para uma receita clássica sem tirar o caráter original dela é o que molda a originalidade promovida e incentivada na animação.

Ao final, quando Anton prova o ratatouille, o que o conquista vai além do sabor apresentado. É na memória afetiva de quando comia o prato na casa de sua mãe na infância que faz o crítico se apaixonar e escrever uma boa crítica. Esse evento no clímax, representa como a gastronomia ultrapassa sabores, sendo uma tradição carregada de sentimento e emoção, moldada culturalmente por cada povo e por cada família, trazendo “uma ideia de pertencimento e de continuidade” (Maturana, 2010, p. 10). É nessa relação entre pertencimento e continuidade que se dá a culturalidade da gastronomia.

4.5 RATATOUILLE PELO JORNALISMO



Na análise das críticas feitas por jornalistas, *Ratatouille* é dito como uma animação revolucionária e inovadora ao retratar para o público infantil o mundo gastronômico. Glamourizando a profissão dos chefs, representando as relações e tarefas em uma cozinha de um renomado restaurante parisiense, a animação da Pixar levou para dentro da casa das pessoas um mundo desconhecido até mesmo pelos amantes de comida. Seguindo o tema do filme: *todos podem cozinhar*, a animação incentivou as crianças a seguirem essa carreira, mostrando que se tiverem a coragem e o esforço, como a do ratinho Remy, poderão se tornar chefs renomados.

Michael Ruhlman (*Ruhlman*, 2007) conta que Anthony Bourdain, chef que participou como consultor no desenvolvimento do filme, declarou em um *e-mail* que “era simplesmente o melhor filme de comida já feito”¹ (tradução nossa). Frank Bruni (*The New York Times*, 2007), crítico de restaurantes, elogia a forma como o filme retratou os amantes da comida, a vida dos chefs e os restaurantes renomados, entretanto, contradiz o modo que representaram o crítico na forma de Anton Ego. Representado como uma pessoa que gosta apenas de críticas negativas, que vai aos restaurantes sozinho, provando apenas um prato, o papel profissional do jornalista é superficial, mas ao final, o filme consegue se redimir, mostrando a importância da crítica de Anton para o sucesso do restaurante. Em outro artigo, Bruni analisa a evolução na abordagem da gastronomia nos filmes, enfatizando o crescimento do interesse pelo tema e a inovação feita por *Ratatouille* que conseguiu “ensinar milhões de crianças o que é um subchef”² (tradução nossa). O crítico até ironiza que “as reservas no French Laundry (restaurante do chef-consultor Thomas Keller) não serão mais fáceis de conseguir”³, o que comprova o impacto da mídia nas escolhas e desejos do público (*The New York Times*, 2007). Ferran Adrià, chef espanhol, elogia essa característica do filme, afirmando que ele marca “uma nova relação entre crianças, comidas e cozinha” (*Paladar*, 2007).

Inspirados por Julia Child, apresentadora e chef responsável por unir nos anos 60 a comida e a televisão, aproximando os espectadores pela primeira vez à gastronomia francesa, especificamente da *haute cuisine*, marcando gerações de futuros chefs ou, pelo menos, pessoas que sentissem vontade de comer bem e preparar pratos refinados em suas próprias casas, *Ratatouille* conseguiu instigar públicos de diferentes países, mudando até o prato — símbolo da França. O crítico de cinema A.O. Scott (*The New York Times*, 2007), comenta essa influência de Child na animação ao dizer que: “Gusteau, o famoso chef que insiste — mais à maneira de Julia Child que qualquer um de seus colegas da haute cuisine na realidade — que qualquer um pode cozinhar”⁴ (tradução nossa).

¹ “I think it’s quite simply the best food movie ever made”

² “which will teach millions of children what a sous-chef is”

³ “Reservations at the French Laundry won’t be getting any easier to score”

⁴ “Gusteau, a famous chef who insists — more in the manner of Julia Child than of his real-life haute cuisine counterparts — that anyone can cook”



Quanto às críticas feitas pelos próprios franceses, há comentários sobre certos estereótipos na criação dos personagens, mas nada que afetasse o impacto final da animação e o universo gastronômico tratado. Segundo Manon Garrigues (*Vogue France*, 2020), jornalista francesa, o “filme é uma homenagem, um pouco clichê, à Cidade Luz e à sua generosa gastronomia invejada em todo o mundo”⁵ (tradução nossa).

Sergio Rizzo, crítico, elogia *Ratatouille* por conseguir extrair o charme dos estereótipos sobre a culinária francesa, aliando-os ao tema central de que qualquer um pode cozinhar (*Folha de S.Paulo*, 2007). Ele complementa que, quando Ego prova o *ratatouille*, os realizadores conseguem mostrar a ligação profunda entre o crítico e o seu prazer pela comida e que “nenhum restaurante sonharia com imagem mais eficaz na síntese do que os seus serviços podem oferecer”. São esses os ditos “serviços” que a gastronomia busca oferecer, ao passar pelo paladar toda uma experiência emocional e cultural entre prato e consumidor.

Antes o *foie gras* e o *boeuf bourguignon*, agora o prato *camponês ratatouille* marca a influência da gastronomia francesa representada na animação, nos gostos e interesses pela mesma na vida real. Diversas receitas desse prato foram divulgadas em jornais e redes sociais, atendendo ao interesse do crescente público da Pixar que deseja prepará-lo e degustar a experiência de Anton Ego em suas próprias casas.

4.6 A PRINCESA E O SAPO

A animação lançada em 2009 pela Disney Studios, inova ao retratar o sul dos Estados Unidos, mais precisamente Nova Orleans. Para representar essa rica cultura, os diretores John Musker e Ron Clements passaram 10 dias na cidade, aprofundando seus conhecimentos sobre as tradições locais, o que os ajudou a adaptar a história dos Irmãos Grimm ao cenário americano dos anos 20. Isso não foi por acaso. Por conta da fusão entre os estúdios, Ed Catmull, criador da Pixar, adotou para Disney as pesquisas de campo, um de seus processos de desenvolvimento que foi essencial para a representação da cultura sulista.

A história acompanha Tiana, uma jovem garçonne que deseja abrir seu próprio restaurante, sonho herdado de seu falecido pai. Próximo ao carnaval (*Mardi Gras*), o príncipe Naveen chega à cidade em busca de uma moça rica para se casar. Enganado por Facilier, feiticeiro vodu, Naveen é transformado em um sapo. Ao encontrar Tiana fantasiada de princesa, o príncipe promete ajudá-la com o dinheiro do restaurante se ela o beijar, fazendo-o se tornar humano novamente como no conto de fadas. Eles se beijam, mas a magia dá errado e Tiana vira sapo também. Os dois fogem e partem numa aventura atrás de Mama Odie, uma feiticeira que os ajudaria a quebrar o encanto. Segundo ela, a única maneira de voltarem a serem humanos seria Naveen beijar Charlotte, amiga de Tiana, princesa durante a noite do

⁵ "le film est un hommage, un poil cliché, à la ville Lumière et sa gastronomie généreuse et enviée du monde entier"



carnaval. Não a achando a tempo, os dois decidem viver juntos como sapos. Eles se casam e no beijo do casamento eles quebram o feitiço, pois ao casar-se com Naveen, Tiana se tornou uma princesa. Juntos, abrem o restaurante que ela tanto sonhou.

A presença da gastronomia na animação deve-se ao sonho da protagonista de ter o próprio restaurante. Acerca do âmbito cultural de Nova Orleans, faz-se necessário aprofundarmos sobre a cultura cajun, marcada pela miscigenação entre as culturas francesa, espanhola e africana, características do sul dos Estados Unidos, mais especificamente da Louisiana.

A cultura cajun surge com a deportação pelos ingleses do povo acadiano, católicos franceses moradores da colônia de Acadia, localizada na atual Nova Escócia. Em 1715, o Tratado de Utrecht, que pôs fim à Guerra de Sucessão espanhola, definiu que Acadia seria uma colônia britânica, dando ao povo acadiano a opção de se mudar ou prometer fidelidade a Inglaterra. Em 1740, ingleses e franceses retomaram suas brigas por território, e o vice-governador inglês, Charles Lawrence decidiu deportar os acadianos que recusassem o juramento de fidelidade, ameaçando-os de morte. Em 1755, o processo de deportação se intensificou e alguns acadianos encontraram refúgio no sul dos Estados Unidos, mais precisamente na Louisiana. Fazendeiros acostumados com a plantação para sobrevivência, esses acadianos logo se adaptaram à nova casa que tinha o solo fértil em todas as estações.

A cozinha da Louisiana é rica culturalmente, como a da Nova Escócia, com a miscigenação dos nativos indígenas, franceses, ingleses, alemães, irlandeses, escoceses e africanos. Os pratos dos acadianos na Nova Escócia e na Louisiana são praticamente iguais, adaptando apenas alguns ingredientes. As referências e inspirações francesas foram mescladas com as tradições criadas localmente, como o consumo de carnes, peixes e frutos do mar, devido à localização litorânea. Os marcantes condimentos, por conta da influência africana, também moldam os sabores da culinária cajun.

Algumas das receitas mais tradicionais dessa cultura são representadas ao longo do filme, como a sopa feita pelo pai de Tiana, denominada *gumbo*, que une as técnicas de preparo francesas com os ingredientes locais. Outros pratos dessa culinária aparecem no cardápio do restaurante dos sonhos de Tiana: o *jambalaya*, similar a *paella* espanhola; *grillades*, medalhões de carne; *crawfish etouffee*, lagostins servidos com legumes e molho de tomate, e a sobremesa *bananas foster*, bananas caramelizadas com sorvete de creme.

A receita de mais sucesso é a das tostadas de Tiana. Denominado *beignet*, esse doce foi primordialmente criado por espanhóis, denominado por eles de *buñuelo*, bolinhos fritos, surgidos após a invasão muçulmana do Mediterrâneo, principalmente na Andaluzia, de acordo



com os estudos da historiadora Cathy Kaufman, autora do livro *Cooking in Ancient Civilization* (2006). As trocas culturais entre Espanha e França levaram à entrada dessa sobremesa na gastronomia francesa. No século 16, os *beignets* estavam presentes e eram a marca do *Mardi Gras* (terça-feira gorda), um feriado cristão europeu surgido na Idade Média, celebrado na forma de um carnaval, no qual todos comiam determinados tipos de alimento, como leites, carne, ovos e gordura animal, ao máximo, pois logo em seguida o consumo deles seria proibido por 40 dias. Com a imigração dos acadianos no século 18, a celebração e a receita foram levadas para Nova Orleans.

O *beignet*, similar ao *éclair*, doce francês, trata-se de uma massa frita coberta com mel e açúcar de confeiteiro. Equivalente a um pão doce frito, como o sonho brasileiro, este doce tornou-se tradicional de Nova Orleans, estando presente nos cafés da manhã e nos *brunchs*, enquanto nos outros estados norte-americanos sua versão mais conhecida são os donuts. A escolha por essa receita foi por conta da ambientação da história que ocorre durante o *Mardi Gras*, no qual as tostadas são a sensação culinária. Contudo, se a escolha fosse pautada pela receita mais representativa dessa gastronomia seria ideal outro prato, como o *jambalaya*.

A animação não é capaz de representar integralmente a cultura gastronômica de Nova Orleans por não ser esse o objetivo proposto. Diferentemente de *Ratatouille*, no qual a temática é voltada para o mundo da gastronomia, em *A Princesa e o Sapo* o foco está no romance. Contudo, a atenção aos detalhes, como a escolha de pratos e a trilha sonora, comprovam que ocorreu uma pesquisa aprofundada acerca da cultura cajun não recorrendo a estereótipos ou superficialidade.

4.7 A PRINCESA E O SAPO PELO JORNALISMO

O foco das críticas de antes e após o lançamento do filme, que é um musical, é a questão racial trazida pelo protagonismo da primeira princesa negra da Disney. O receio dos críticos era que a narrativa fosse estereotipada e preconceituosa por parte da produção. Peter Del Vecho, um dos produtores, disse ao *The New York Times* (Barnes, 2009) que a ideia veio organicamente após a decisão de ambientar o conto de fadas em Nova Orleans, esse que “apresenta um passado de cor e com uma história musical profunda”⁶ (tradução nossa).

Os jornalistas apuraram as pesquisas de campo feitas pelos criadores e animadores que adentraram a vida de Nova Orleans. Segundo Mike Scott (*The Time-Picayune*, 2009), John Lasseter, diretor executivo da Disney, afirmou que stressou os animadores para que pegassem os detalhes corretamente. Lasseter trouxe que “os filmes são lançados em 38 línguas diferentes. A cidade (deles) seria vista por todo o mundo, por milhões de pessoas, famílias, e eles queriam representá-la corretamente”⁷. Os animadores passaram muito tempo

⁶ “with its colorful past and deep musical history”

⁷ “the Disney films, they’re dubbed into 38 different languages. Your city will be seen all over this world by millions and millions of people, families, and we wanted to portray your city right”

consultando experts da cultura de Nova Orleans, como a chefe de cozinha Leah Chase, que explicou a importância da comida para a cidade.

Os críticos elogiaram a dedicação pela representação mais fiel possível dessa cultura, ainda que fosse apenas um dos elementos da animação. No Brasil, a editora de Receitas e Restaurantes para o *UOL*, Claudia Lima (2010), entrevistou Leah Chase, dona do restaurante *Dooky Chase*. Chase afirmou a importância da animação para inspirar as crianças, dando como exemplo o convite que recebeu de cozinhar no aniversário de uma garotinha em Nova Orleans. “O sonho dela é cozinhar como a Tiana e ter seu próprio restaurante. Acho que é isso que o filme inspira, principalmente nas crianças” (*UOL*, 2010).

Apesar da animação não ter como foco a gastronomia, ela é bem representada com as escolhas dos pratos tradicionais, ainda que alguns apenas citados num menu de restaurante dos sonhos de Tiana. Vale comentar que há um *product placement*, mais conhecido como merchandising, do molho de pimenta Tabasco em dois momentos, ambos durante o preparo do *gumbo*.

4.8 BAO

O curta de 8 minutos dirigido e criado por Domee Shi, nascida na China e residente no Canadá desde seus dois anos, foi inspirado no prato chinês chamado bao. A diretora aprendeu a receita do bolinho feito no vapor com sua mãe, enquanto crescia no Canadá.

Na história, uma imigrante chinesa em Toronto sofre com síndrome de ninho vazio até o dia em que um de seus bolinhos ganha vida, cuidando dele como se fosse um filho. O curta acompanha o crescimento deste bolinho, promovendo um debate cultural sobre a vida dos imigrantes chineses no Canadá, como esses dois mundos moldam a identidade das crianças que vivem no estrangeiro e, ao mesmo tempo, junto de seus pais que tentam preservar sua cultura natal. Quando o bolinho tenta ir embora já crescido, a mãe o engole, numa referência ao ato de mantê-lo preso em sua barriga. Após isso, seu filho biológico aparece e se desculpa pelo distanciamento. O curta finaliza com toda família, mãe, pai, filho e sua esposa canadense, cozinhando baos juntos.

“Ao fazer este curta, eu queria que duas coisas acontecessem quando as pessoas assistissem. Que saíssem e comessem muita comida chinesa, e que ligassem para suas mães” (Domee Shi, 2018). A trama retrata pelos elementos do cenário — panela de arroz, o gato da sorte e os pratos tradicionais — a simplicidade, a ternura e o realismo de um lar de imigrantes chineses. Outras passagens representam essa vida, como a ida da mãe na *Chinatown* de Toronto, onde compra comidas tradicionais que unem a mãe ao filho. Ao mesmo



tempo, o filho, ainda em processo de amadurecimento, aprende as características da cultura canadense, como o gosto por futebol americano, salgadinhos e refrigerantes.

Para a produção desse filme todos da equipe participaram de uma aula com a mãe de Domee Shi, aprendendo a forma de se cozinhar os pãezinhos no vapor, como o uso do movimento de moinho de vento, igual o feito pela protagonista no início do curta.

O ato de fazer este prato é tanto cultural quanto simbólico. No final do curta, quando a mãe aceita a união de seu filho com uma canadense, todos preparam juntos os baos, mostrando que, por meio da gastronomia, é possível unir culturas. “As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre ‘a nação’, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades” (HALL, 2006, p. 51).

Apesar de apresentarem diversos pratos tradicionais, o bao é o principal e seu preparo é representado por completo durante o curta. Vale ressaltar que a receita aparecera anteriormente em outra animação, o *Kung Fu Panda* (2008), da Dreamworks Animation.

O bolinho tradicional chinês é recheado com carne de porco, couve, cenoura, cebolinha, ovo, gengibre, azeite, vinho tinto, sal, pimenta, caldo de galinha em pó e molho de ostra, seguindo a receita da família de Domee Shi. A massa é feita de farinha de trigo, fermento biológico seco e água. O jeito tradicional de se cozinhar é no vapor em uma cesta de bambu, como é feito na animação. Existe uma maneira correta para enrolar o pão para que fique no formato clássico, outro detalhe bem representado no filme pela movimentação do moinho de vento.

Domee Shi ao criar uma história intimista sobre a imigração e a maternidade segue sua própria vida, escolhendo os bolinhos que sua mãe preparava junto dela, enquanto assistiam as *soap operas* (as novelas canadenses), por ser um marco da ligação maternal que as une.

4.9 BAO PELO JORNALISMO

Bao foi bem recebido pela crítica como um curta de animação que trouxe uma cultura ainda não explorada pela Pixar, a chinesa. Domee Shi conseguiu levar às telas, uma animação que representasse a sua cultura natal e a vida de um imigrante fielmente.

Em entrevista escrita pela jornalista Kaly Soto (*The New York Times*, 2018), Domee Shi comentou sobre a escolha do bao, no lugar de outros pratos tradicionais chineses. Segundo ela, eles são um “alimento básico da cultura chinesa e são feitos com a família durante os feriados, sendo a metáfora perfeita para uma comida associada à família”⁸ (tradução nossa). A diretora afirmou “esperar que os asiáticos apreciassem se ver na tela e os

⁸ “Dumplings are a huge staple in Chinese culture. You make dumplings with your family at the holidays. It’s the perfect metaphor for a family-associated food.”



que não fossem asiáticos, aprendessem mais sobre a cultura e comunidade chinesa, e ficassem curiosos com a comida chinesa e Chinatown”⁹ (tradução nossa).

As expectativas da diretora se concretizaram e as pessoas se interessaram mais por essa cultura e sua gastronomia, procurando receitas de bao pela Internet, tendo a versão original publicada nas redes sociais da Disney.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo exposto procurou demonstrar, a partir da história do jornalismo cultural e sua vertente gastronômica, a relevância deste segmento jornalístico para o homem contemporâneo e para as trocas culturais no mundo globalizado, marcadas pelas influências da mídia. Apresentou-se a forma como os produtos audiovisuais são capazes de sintetizar uma cultura por meio da representação de sua gastronomia, ajudando a moldar a forma como o público reconhecerá esse povo e sua cultura. Expôs-se, assim, a responsabilidade dos estúdios de cinema em estudar as culturas representadas em seus filmes divulgados ao redor do mundo para milhares de pessoas. Essas conjecturas levaram o presente artigo à sua etapa de análise das animações, buscando responder à pergunta: de que maneira o jornalismo cultural reconhece nas animações da Disney e da Pixar a representação da gastronomia como a representação da cultura de diferentes países? Ou seja, se a representação de diferentes gastronomias por norte-americanos foi feita de modo estereotipado ou com fidelidade à cultura de cada uma dessas animações.

Após estudar os livros, teses e pesquisas expostos anteriormente, assistir à todas as animações repetidamente, investigar a história do prato principal de cada uma delas e analisar matérias e críticas de jornalistas especializados de grandes jornais internacionais, foi possível concluir que, para *Ratatouille*, a representação da gastronomia francesa e do prato que dá nome ao filme é fiel e condizente com a realidade, tendo um papel importante na temática da obra que propõe que qualquer um pode cozinhar. Bem recebida pelos críticos e pelos jornalistas, a animação é capaz de ser uma representação não só da cultura francesa como do próprio mundo da gastronomia, inspirando diversas crianças a cozinhar e, quem sabe, seguir a carreira de chef de cozinha ou de crítico gastronômico. Por se tratar da primeira animação com a culinária como tema principal, é com o lançamento de *Ratatouille* que o público passa a procurar as receitas das animações na Internet com a intenção de preparar em casa essas iguarias, expandindo as trocas entre diferentes culturas.

Mesmo que, para *A Princesa e o Sapo*, a gastronomia tenha menos evidência que em *Ratatouille*, por se tratar de um musical voltado ao romance de Tiana e Naveen, a culinária

⁹ “If they are Asian I hope they enjoy a bit seeing themselves on screen. If not, I hope they learn about Chinese culture and community and are more curious about Chinese food, Chinatown.”



continua sendo um dos temas principais do filme, guiando a trama pelo desejo da protagonista em ter o próprio restaurante. Apesar de ser uma representação cuidadosa da culinária cajun, não foi possível aprofundar o suficiente a ponto de englobar todos os aspectos dessa sincrética cultura por não ser a intenção da animação. Os pratos foram representados com fidelidade ao real, não sendo essa uma produção estereotipada ou superficial.

No curta-metragem *Bao*, a gastronomia ganha importância por ser usada como metáfora no tema da animação em que uma mãe tem uma segunda chance com seu filho ao cuidar de um bolinho que ganha vida. Além disso, os pratos tradicionais chineses ajudam na imersão na realidade dos imigrantes no Canadá, contrastando com os ambientes canadenses. A representação da gastronomia é detalhista e fiel à cultura asiática.

Após pesquisar a história dos estúdios, compreendeu-se que a cultura criativa da Pixar foi significativa no sucesso das animações lançadas após a compra do estúdio pela Disney. A importância da viagem de campo para a pesquisa das culturas de cada história, uma tradição do estúdio, junto da diversidade de pessoas na produção, como a criadora de *Bao*, oriunda da cultura representada, possibilitou essa fidelidade e permitiu às animações boas críticas de jornalistas americanos e de outros países, como o Brasil.

É possível concluir que essas animações foram capazes de incentivar a curiosidade e interesse pela cultura e gastronomia das nações representadas, possibilitando-se perceber a existência de trocas culturais entre diferentes países e promover às crianças o interesse pelo universo culinário.

6. REFERÊNCIAS

Adriá, Ferran. **A estrela da festa em Paris**. O Estado de S. Paulo. São Paulo: 5 jun. 2007. Paladar.

Amaral, Renata Maria do. **Gastronomia: prato do dia do jornalismo cultural**. Recife: O Autor, 2006.

A Princesa e o Sapo. Direção: Ron Clements, John Musker. Produção de Disney Animation Studios, Walt Disney Pictures. Estados Unidos: Disney, 2009. Disney+

Scott, A. O. **Voilà! A rat for all seasonings**. The New York Times. Estados Unidos: 29 jun. 2007. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2007/06/29/movies/29rata.html>. Acesso em: 24 fev. 2024

Bao. Direção: Domee Shi. Produção de Pixar Animation Studios. Estados Unidos: Disney, 2018. Disney+

Belasco, James Warren. **Food: the key concepts**. Oxford: Berg, 2008.

Barnes, Brooks. **Her prince has come. critics, too**. The New York Times. Los Angeles: 29 maio. 2009. Disponível em: <https://www.nytimes.com/>. Acesso em: 25 fev. 2024.



Bettiol, Liana Watson; Diesel, Úrsula Betina. **A Gastronomia e a Comunicação: análise do discurso gastronomia a partir do chef Jamie Oliver e do filme Ratatouille**. Brasília: Uni. Arquitetura e Comunicação Social, 2011.

Bruni, Frank. **Foodies at the movies: chopped liver to hero**. The New York Times. Estados Unidos: 8 jul. 2007. Disponível em: <https://www.nytimes.com>. Acesso em: 24 fev. 2024.

Bruni, Frank. **Of rats and critics (not the same thing)!**. The New York Times. Estados Unidos: 9 jul. 2007. Disponível em: <https://archive.nytimes.com/>. Acesso em: 24 fev. 2024.

Campbell, Joseph. **O herói de mil faces**. Tradução: Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Pensamento, 2007.

Catmull, Ed; Wallace, Amy. **Criatividade S.A: superando as forças invisíveis que ficam no caminho da verdadeira inspiração**. Tradução: Nivaldo Montingelli Jr. 1ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2014

Curnonsky, Maurice. **Recettes des Provinces de France**. Paris: Les Productions De Paris & P.E. Lamaison, 1962

Fazendo Bao. Direção: Domee Shi. Produção de Pixar Animation Studios. Estados Unidos: Disney, 2018. Disney+

Frederico, Renata Leite Raposo; Módolo, Cristiane Machado. **Identidade cultural nas imagens da mídia especializada em gastronomia**. In: Cardoso, Clodoaldo M. (Org.) Diversidade e igualdade na comunicação – coletânea de textos do Fórum da Diversidade e Igualdade: cultura, educação e mídia. Bauru: FAAC/Unesp, SESC, SMC, 2007. Disponível em: <https://pt.scribd.com/Identidade-Cultural-Nas-Imagens-Da-Midia-Especializada-Em-Gastronomia>. Acesso em 13 abr. 2024.

Folse, John D. **The Encyclopedia of Cajun & Creole Cuisine**. Estados Unidos: Chef John Folse & Co, 2004. Disponível em: <https://archive.org/details/encyclopedia>. Acesso em: 7 dez. 2023.

Fonseca, Thaís. **A Princesa e o Sapo**. UOL. São Paulo: 31 mar. 2010. Disponível em: <https://cinema.uol.com.br/resenha>. Acesso em: 23 fev. 2024.

Garrigues, Manon. **Disney+ : les 9 meilleurs programmes à voir en avril**. Vogue. França: 7 abr. 2020. Disponível em: <https://www.vogue.fr/culture/article>. Acesso em: 25 fev. 2024.

Hall, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

Honnorat, Simon-Jude. **Dictionnaire Provençal-Français**. França: Legare Street Press, 2022.

Jeune, J. Corréard. **Journal des sciences militaires des armées de terre et de mer**. 24ª ed. Europa: Forgotten Books, 2018

Kaufman, Cathy. **Cooking in Ancient Civilization**. Connecticut: Greenwood Press, 2006. Disponível em: <https://archive.org/search.Acookinginancient>. Acesso em: 14 out. 2023



Lima, Claudia. **Chef que inspirou personagem de "A Princesa e o Sapo" fala de sua cozinha da alma.** UOL. São Paulo: 9 abr. 2010. Disponível em: <https://www.uol.com.br/comidasebebidas/>. Acesso em: 23 fev. 2024.

Maturana, Vivilaine. (2010). **Reflexões acerca da relação entre a alimentação e o homem.** IGT Na Rede ISSN 1807-2526, 7(12). Disponível em: <https://igt.psc.br/ojs3/index.php/IGTnaRede/article/view/254>. Acesso em 13 out. 2023

Marsh, James H. **Déportation des Acadiens (le Grand dérangement).** L'encyclopédie Canadienne. Canadá: 4 set. 2013. Disponível em: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca>. Acesso em: 7 dez. 2023.

Mascarelli, Benoit. **La Table en Provence & sur la Côte d'Azur.** 1ª ed. Paris, 1947.

Piza, Daniel. **Jornalismo Cultural.** 3ª. Ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.

Ratatouille. Direção: Brad Bird, Jan Píkava. Produção de Pixar Animation Studios. Estados Unidos: Disney, 2007. Disney+

Rizzo, Sergio. **Animação faz mais pela "causa" dos ratos que Mickey Mouse.** Folha de SP. São Paulo: 18 nov. 2007. Ilustrada. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/>. Acesso em: 25 fev. 2024.

Ruhlman. **Kitchen rats.** Estados Unidos: 8 jul. 2007. Disponível em: <https://web.archive.org/web/>. Acesso em: 24 fev. 2024.

Salomão, Thais Morais. **O conto A festa de Babette e sua adaptação cinematográfica a partir da perspectiva dos Food Studies.** São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2021.

Savarim, Brillat-. **A fisiologia do gosto.** Tradução Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

Scott, Mike. **'The Princess and the Frog' reflects Disney's determination to nail New Orleans details.** The Time-Picayune. Nova Orleans: 9 dez. 2009. Disponível em: https://www.nola.com/entertainment_life/. Acesso em: 25 fev. 2024.

Soto, Kaly. **The Creator of 'Bao' on That Twist: 'Part of Me Wanted to Shock Audiences'.** The New York Times. Estados Unidos: 27 jun. 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018>. Acesso em: 26 fev. 2024.

Vogler, Christopher. **A jornada do escritor: estrutura mítica para escritores.** Tradução Petê Rissatti São Paulo: Editora Aleph, 2015.

Wasserstrom. **Ratatouille: foods demystified.** Estados Unidos: 23 mar. 2022. Disponível em: <https://www.wasserstrom.com/blog/>. Acesso em: 6 dez. 2023.

Contatos: lupaniaguasantos@gmail.com e arnaldo.lorencato@mackenzie.br