

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SABRINA FERNANDA DEMOZZI

A COZINHA EM PAUTA: HISTÓRIA, COMUNICAÇÃO E SENTIMENTO NAS  
PRÁTICAS DA COZINHA DO COTIDIANO E NA COZINHA COMO LAZER

CURITIBA  
2014

SABRINA FERNANDA DEMOZZI

A COZINHA EM PAUTA: HISTÓRIA, COMUNICAÇÃO E SENTIMENTO NAS  
PRÁTICAS DA COZINHA DO COTIDIANO E NA COZINHA COMO LAZER

Dissertação apresentada como  
requisito parcial à obtenção do grau  
de Mestre em História, no Curso de  
Pós-Graduação em História, Setor de  
Ciências Humanas, Letras e Artes, da  
Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Clóvis Gruner

CURITIBA  
2014

Para

*Carlos Roberto Antunes dos Santos*

## AGRADECIMENTOS

Ao professor Carlos Roberto Antunes dos Santos, a minha eterna gratidão. Embora ausente neste momento, agradeço imensamente a sua “insistência” para eu me dedicar aos estudos em História e Cultura e da Alimentação. Para alguém que vinha da área da Comunicação, o aprendizado em História revelou-se um “caso de amor” desses que a gente se entrega, fica sem dormir e que age no íntimo dos nossos pensamentos.

À CAPES e ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Paraná, pela bolsa recebida para a realização da pesquisa, bem como pelo suporte da coordenação para o desenvolvimento acadêmico da autora deste trabalho.

Ao professor Dr. Clóvis Gruner por “abraçar” a orientação da pesquisa em um momento tão triste e adverso para o programa com o falecimento do professor Dr. Carlos Roberto Antunes dos Santos. Obrigada pelo interesse, dedicação e bom humor.

Aos professores Marcelo Lima, José Humberto, Karina Kosicki Bellotti pelas sugestões e apoio na fase final da pesquisa. E também ao professor José Arimatea Barros Bezerra, cujas generosas observações contribuíram para somar ao nosso trabalho.

Aos colegas e amigos da linha de pesquisa Intersubjetividade e Pluralidade: reflexão e sentimento na História. Certamente, sem a acolhida generosa, os conselhos e indicações de leitura a trajetória da pesquisa teria sido muito mais difícil.

Ao Iran, companheiro da vida cotidiana, pela compreensão, apoio e amor incondicional durante toda esta jornada.

“[...] a mesa funcionaria como personagem ativa, pessoa da casa, dotada de poder de reunir todas as outras, e também separá-las, pelo jogo de preferências e idiosincrasias do paladar- que digo? Da alma, pois é do fundo da alma que devemos pesquisar o mistério de nossas inclinações culinárias.”

*Carlos Drummond de Andrade, a Bolsa e a Vida.*

## RESUMO

As práticas alimentares têm papel primordial na história e na cultura da alimentação. Assim como se observam mudanças e permanências nos hábitos e consumo de alimentos, analisamos se também os fazeres e saberes passam por processos de transformação. Verificamos com base nos conceitos históricos como se delineia a construção de discursos sobre o cozinhar e a cozinha nas representações midiáticas em especial, revistas brasileiras especializadas em períodos distintos. Deste modo nos perguntamos: como essas representações são importantes para o processo de elaboração de identidades em torno do tema da alimentação? De que modo a noção da cozinha como estratégia para a vida no cotidiano é reinterpretada na contemporaneidade como atividade de lazer e distinção social? Para responder a estas e outras questões recorreremos aos conceitos de representação e distinção social e buscamos aporte na história e cultura da alimentação. Além disso, desenvolvemos a análise de conteúdos das revistas Claudia Cozinha e Gula no período compreendido entre os anos 90 e anos 2000, buscando identificar elementos textuais e imagéticos que nos permitem verificar estas transições dos fazeres alimentares. Podemos comprovar que a cozinha e as habilidades culinárias inseridas no contexto de consumo e *status* permitem inseri-las como elementos identificadores e distintivos dos indivíduos, além, de representarem modos normativos de conduta em relação aos hábitos alimentares. A representação da comida, neste sentido, além de classificar, também normatiza comportamentos, lançando luz a algumas práticas e negligenciando outras.

Palavras-chave: alimentação, comunicação, cultura.

## ABSTRACT

Feeding practices have major role and indispensable relevance in the history and culture. As well as observed changes and continuities in the habits and food consumption, is also analyzed if the activities and knowledge undergo through a transformation processes. It's verified based on historical concepts how outlines the construction of discourses about the cooking and the kitchen in media representations using specialized Brazilian magazines in different periods to bring theses discourses at discussions. Therefore we ask: how these representations are important to developing process to create identities around the topic of food? How the concept of the kitchen as a strategy for daily routine is reinterpreted in contemporary times as a leisure activity and social distinction? To answer these and other questions we used the concepts of representation and social distinction and seek into the history and culture of food. In addition, we develop the content analysis of the Claudia Cozinha and Gula magazines in the period between the 1990 and 2000, seeking to identify textual and pictorial elements that allow us to determine these transitions studied. We can prove with theses analysis that the kitchen and entered culinary skills in the context of consumption and status allows insert them as identifiers and distinctive elements of individuals. They also represent normative modes of conduct in relation to dietary habits. The representation of the food, in this sense, also sorting regulates behavior shedding light to some practices and neglecting others.

Keywords: food media, culture, communication.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa: A gulosa Gisele Bundchen e sua lasagna de frango .....	61
Figura 2 - Capa: Bolo de aniversário .....	85
Figura 3 - Destaque: 30 anos .....	86
Figura 4 - Página de receitas .....	87
Figura 5 - Conselhos e Segredos .....	88
Figura 6 - Faisão: Preparação da realeza .....	95
Figura 7 - Receita do faisão .....	96
Figura 8 - Papos de anjo .....	99
Figura 9 – Índice nº 56 .....	99
Figura 10 - Capa: As 7 receitas exclusivas de Alan Ducasse.....	100
Figura 11 - Os restaurantes do Chef Alan Ducasse.....	100
Figura 12 - Receita.....	101
Figura 13 - Celebração dos 15 anos de Revista Gula.....	102
Figura 14 - Receita do bolo crocante.....	103
Figura 15 - As rapidinhas de Troisgros.....	106
Figura 16 - Publicidade.....	106
Figura 17 - Dicas do chef.....	107
Figura 18 - Receita de atum.....	108
Figura 19 - Sant Pietro su carpaccio di verdure e tartufo nero.....	116
Figura 20 - Pré-preparo.....	117



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Respostas do questionário de Poulain .....	127
---	-----

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2 SUBJETIVIDADES E SENTIMENTOS NA HISTÓRIA DA ALIMENTAÇÃO</b> .....	20
2.1 A interpretação da comida como cultura .....	26
2.2 As relações entre identidades culturais e a alimentação: rupturas e transformações.....	34
2.3 A alimentação como comportamento, distinção social e identidade .....	37
<b>3 A REPRESENTAÇÃO DOS FAZERES CULINÁRIOS: AS COZINHAS DO COTIDIANO E A COZINHA COMO LAZER</b> .....	50
3.1 Cláudia Cozinha e a ênfase nas práticas alimentares cotidianas.....	69
3.2 A revista Gula e a valorização das práticas voltadas à gastronomia.....	91
3.3 A linguagem da cozinha: uma análise sobre a identidade alimentar nos espaços públicos e privados .....	111
<b>4 COMIDA, ENTRETENIMENTO E GOSTO</b> .....	120
4.1 Comer, cozinhar e assistir: três aspectos da cozinha como atividade de lazer.	122
4.2 Da mesa à TV: A influência da <i>food média</i> na escolha alimentar .....	130
4.3 A midiaticização do gosto no contexto da sociedade contemporânea.....	134
<b>5 CONCLUSÃO</b> .....	139
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	144

## 1 INTRODUÇÃO

Dedicamo-nos a pesquisar o tema da mídia da alimentação, sobretudo aquele analisado a partir das representações das práticas de cozinha em revistas como *Claudia Cozinha e Gula*. Esta pesquisa trata de uma análise dos conteúdos publicados, como receitas, editoriais e imagens contemplando o período dos anos 90 e 2000. A escolha deste período é importante porque marca um momento de mudanças importantes na sociedade brasileira, principalmente quando nos referimos ao mercado de trabalho e desenvolvimento econômico no país. Entendemos também que a mídia especializada desempenha papel importante na disseminação de padrões e afirmação de lugares e poderes consolidados.

Para a maioria das pessoas, as práticas de cozinha são capazes de suscitar memórias afetivas, experiências culturais e sentimentos diversos ligados ao alimento no âmbito do espaço privado. Quando nos referimos, porém, à mídia gastronômica imediatamente nos vem à mente os programas culinários na TV, as revistas, os livros, cadernos de gastronomia, blogs e outros meios que se dedicam aos conteúdos voltados à alimentação. Nos últimos anos, observamos no Brasil uma verdadeira “proliferação” de produtos midiáticos com o tema da alimentação nas mais distintas formas. A cozinha e o cozinhar tornaram-se elementos distintivos em uma sociedade influenciada pelo consumo e o desejo de status.

Por isso, consideramos adequado abordar estas práticas de cozinha em duas perspectivas: a cozinha do cotidiano e a cozinha como lazer. Desta forma, citamos uma das obras que servem como norte para este trabalho que é *A invenção do cotidiano*, de Michel de Certeau, especialmente o tomo II, intitulado *Cozinhar*, escrito por Luce Giard. Na análise da tarefa solitária do cozinhar cotidiano, Luce verifica os sentimentos envolvidos nesta tarefa que nada tem de glamourosa. É uma questão de sobrevivência diária, administração de recursos, tempo e por vezes um reconhecimento familiar e caseiro em festas, datas comemorativas, registro em livros de receita que passam de geração a geração. Referindo-se aos pormenores dos

hábitos cotidianos ligados à alimentação, Giard menciona a imensidão de significados “escondidos” no “invisível cotidiano” destas tarefas.

Sob o sistema silencioso e repetitivo das tarefas cotidianas feitas como que por hábito, o espírito alheio, numa série de operações executadas maquinalmente cujo encadeamento segue um esboço tradicional dissimulado sob a máscara da evidência primeira, empilha-se de fato uma montagem sutil de gestos, de ritos e de códigos, de ritmos e de opções, de hábitos herdados e de costumes repetidos (GIARD, 1986, p.212).

Para a autora, ponto de vista do qual compartilhamos, os hábitos alimentares “constituem um domínio em que a tradição e a inovação têm a mesma importância, em que o passado e o presente se entrelaçam para satisfazer a necessidade do momento, trazer a alegria de um instante e convir às circunstâncias” (1986, p.212).

É neste sentido que pretendemos direcionar o nosso trabalho: buscar nas práticas alimentares do passado caminhos para pensarmos os fazeres e saberes alimentares no presente. De acordo com Antunes:

Os estudos que têm como objeto temas relacionados com a alimentação em perspectiva histórica buscam entender e explicar uma fase da negação ao novo, qual seja, do pouco interesse e mesmo de depreciação da temática da cozinha, até a compreensão atual da sua magnitude e o lugar que ocupa hoje no âmbito da História, das Ciências Humanas e dos mais diversos ramos do conhecimento, tendo como expressão os marcos da interdisciplinaridade (ANTUNES, 2005, p.8).

Esta informação é relevante porque as revistas a que nos propomos analisar destinam-se, inicialmente, a esta mulher administradora do lar e que por consequência tinha obrigação de ser boa cozinheira e anfitriã. Vamos nos referir a esta forma de cozinhar como Cozinha do Cotidiano, em que as práticas e os saberes são característicos de um trabalho não formal na produção de alimentos. A principal veiculação destes saberes é pela tradição oral, os cadernos e livros de culinária e finalmente as representações midiáticas da época que reproduziam esta forma de transmitir os conhecimentos culinários. Importante salientar, no que diz respeito à forma de aprender as técnicas culinárias, que a participação do cozinheiro ou aprendiz é efetiva, de contribuição em várias etapas do processo.

Por outro lado, temos a Cozinha Profissional, que para nós é aquela baseada nas técnicas profissionais de preparo e serviço de alimentos. Este tema nos desperta interesse principalmente porque, de modo geral, considerando a sociedade brasileira, o trabalho do cozinheiro era pouco valorizado. Podemos considerar que há poucas décadas, especialmente no começo dos anos 90 é que o cozinheiro passa a ser reconhecido no Brasil tendo seu lugar de destaque na mídia especializada, jornais diários, assim como representações no cinema, programas televisivos, animações e outros. Além destas questões, é importante verificar que há uma preocupação em divulgar produtos e também a tecnologia envolvida nos serviços de gastronomia. Deste modo, perguntamos: por que atualmente trabalhar na cozinha ou em áreas que envolvam serviços alimentares tornou-se profissão almejada e ganhou ares de atividade sofisticada?

Naturalmente que não há resposta única para esta questão, mas procuraremos trazer algumas considerações a respeito, com base principalmente em investigações de fontes jornalísticas do começo da década de 90 até os anos 2000 que contemplem a culinária e a gastronomia em suas publicações, estabelecendo as diferenças e pontos em comum que percebemos entre elas.

Busca-se com este trabalho analisar como estas publicações dirigem-se à cozinheira e posteriormente a um público mais geral interessado no assunto. Consideramos importante para isso discutir a questão da ascensão da profissão de cozinheiro (chef de cozinha) e o reconhecimento deste trabalho como importante, transformador. Buscou-se também identificar nas fontes consultadas quais as características do texto destinado à mulher cozinheira, com a intenção de compreender quais os elementos eram usados, as referências e também a linguagem adotada nas receitas e matérias. De acordo com Antunes, a importância da análise das receitas permite “adentrar no universo criativo da culinária”, compreendendo o gosto e o sentimento nestas criações. Para ele, “o conjunto de informações aportadas por esta fonte revelam a seleção, preparo, consumo de determinados alimentos, e na criação e estrutura de certos pratos, que são produtos das escolhas e preferências” (2008, p.2).

Propomo-nos a fazer uma análise principal de duas fontes: a primeira trata da Edição de Aniversário de 30 Anos da Revista Claudia, publicada pela Editora Abril

em outubro de 1991. Apesar de publicada na década de 90, trata especialmente de receitas das décadas de 60, 70 e 80. Optamos por analisar as matérias em destaque, o editorial e algumas propagandas. E a segunda, algumas edições da Revista Gula, especialmente aquelas que trazem como destaque *chefs* de cozinha, não deixando de fazer menção a outros temas importantes. Analisamos as matérias em destaque, alguns editoriais em que podemos ver a opinião do editor da revista e também algumas imagens. Encontramos disponíveis na divisão de periódicos da Biblioteca Pública do Paraná 182 exemplares, que vão desde 1992 a 2010. Considerando o vasto universo de material que isto representa, concentramo-nos principalmente: na primeira edição disponível que é a revista *Gula* de número 6 de junho/julho de 1992, a edição de aniversário de junho de 1997 (n.º 56), a edição comemorativa de 15 anos (n.º 176) de junho de 2007, e a última edição disponível no acervo, a revista n.º 206 de abril de 2010. Fundamental salientar que este recorte não exclui outras edições também pesquisadas e que são essenciais para o nosso trabalho. A escolha das edições comemorativas é para fazer um alinhamento à escolha da edição comemorativa de *Claudia*, que traça uma “evolução na cozinha”, procurando a partir desse viés direcionar o nosso olhar no mesmo sentido no caso da Revista Gula, verificando mudanças, permanências e transições ao longo dos anos no que diz respeito à ênfase nas práticas alimentares e seus agentes.

Em relação ao critério para escolha destas fontes principais é que enquanto a edição especial de *Claudia Cozinha* pretende traçar uma “evolução da cozinha brasileira” a partir da seleção de receitas famosas e com grande aceitação do público, a Revista Gula é considerada uma das primeiras a dar visibilidade para o grande público a temas ligados à gastronomia e principalmente ao comensal “profissional”, ou seja, aquele que não apenas busca o requinte ao alimentar-se, mas aperfeiçoa seus conhecimentos sobre o universo “gourmet”. Naturalmente que no percurso da pesquisa foram surgindo outras fontes igualmente importantes e relevantes para compor o cenário que desejamos analisar.

Essa escolha temporal “anos 90/2000” busca situar o tema da alimentação no Brasil com o foco no progresso e modernização das práticas alimentares que de certa forma alteraram as relações de consumo e também o setor de serviços alimentares no país. Neste sentido, nos interessa saber, em um sentido, de que maneira a prática de cozinhar no âmbito do cotidiano acompanha as mudanças

pelas quais passam as relações simbólicas da representação da comida nas fontes supracitadas. E por outro lado, como a prática de cozinhar adquire significados distintos na sociedade contemporânea em que as mudanças são evidenciadas na comida como atividade de lazer, a gastronomia como bem simbólico e também o ato de cozinhar como entretenimento. Compreendemos a ideia da gastronomia como bem simbólico, a partir dos conceitos de Bourdieu no que se refere aos sistemas simbólicos. Por compreendermos que a cozinha é também objeto de produção de discursos, a relacionamos com os sistemas simbólicos apresentados pelo autor.

Segundo Bourdieu,

Os “sistemas simbólicos”, como instrumentos de conhecimento e de comunicação só podem exercer um poder estruturante porque são estruturados. O poder simbólico é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem *gnoseológica*: o sentido imediato do mundo (e, em particular, do mundo social) supõe aquilo a que Durkheim chama o conformismo lógico, quer dizer, “uma concepção homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa possível, que torna possível a concordância entre as inteligências” (BOURDIEU, 1989, p. 9).

Prosseguindo com a análise das fontes, optamos por montar um fichário em que enumeramos informações importantes tais como título da matéria, número da edição e ano. Buscaremos trazer algumas informações gerais sobre a matéria em destaque e uma síntese dos textos analisados. Esta pesquisa documental foi feita principalmente na Divisão de Periódicos da Biblioteca Pública do Paraná, que dispõe de grande acervo de publicações dos principais meios de comunicação no país. Além destes, a consulta se deu também em materiais de acervo particular e consulta ao acervo da Editora Abril. Outras fontes, como textos de jornais de veículos como *Gazeta do Povo*, *Folha de S. Paulo* e acervo do programa *Roda Viva* foram consultados via internet conservando igualmente os critérios de arquivo.

O suplemento *Claudia Cozinha* faz parte da publicação *Claudia*, voltada ao público feminino e editada pela Editora Abril. *Claudia* está no mercado de publicações femininas desde 1961, e em 1965 é que se tem início a publicação de um suplemento voltado especificamente para a prática da cozinha, o *Jornal da Cozinha*. De acordo com o Institucional Comemorativo dos “Primeiros 50 anos da Editora Abril” inicialmente a revista *Claudia* era voltada para a dona de casa, como podemos ver no trecho: “A leitora-padrão que a gente tinha em mente naquele

tempo, até o seu Victor brincava muito, era a dona Mariazinha de Botucatu, uma senhora interessada em casa, marido e filhos’, lembra Thomaz Souto Corrêa, vice-presidente da Abril, ex-redator-chefe e, mais tarde, diretor da revista.”

Com a intenção de acompanhar a “evolução da mulher brasileira”, o suplemento também passou por modificações que vão desde a abordagem dos conteúdos até os slogans. A edição que analisamos trata de um material comemorativo dos últimos 30 anos da publicação com editoriais das principais colaboradoras da revista, por isso, foram selecionadas receitas que fizeram sucesso nas edições dos anos anteriores. Naturalmente que compreendemos que a mulher da década de 60 era diferente da mulher da década de 90, período da publicação de *Claudia Cozinha*. Entretanto, estas receitas são decodificações de receitas da culinária internacional, ou seja, são receitas clássicas e que de certa forma não “saem de moda”. O que consideramos é como é feita esta decodificação, como a revista é pensada para divulgar a cultura culinária da época.

Citando a tese de Mira Maria Celeste, *O leitor e banca de revistas: o caso da Editora Abril*, em relação à revista *Claudia* (1961) é importante considerar que a publicação surge num contexto inicial da sociedade de consumo no Brasil imbricada às causas feministas. Na análise de Celeste, a revista se encaixa “sem prejuízo” ao trabalho doméstico, no cotidiano das mulheres, especialmente as donas de casa, que encontram na revista formas idealizadas de como proceder nesta ou outra situação. *Claudia* acompanha também a mulher que emerge nesta sociedade em que as ofertas de produtos e eletrodomésticos tornam a cozinha também espaço de consumo.

Neste sentido, *Claudia Cozinha* atua de maneira importante. Um dos fatos mais enaltecidos pela publicação é que todas as receitas são testadas na cozinha experimental *Claudia*, o que significa dizer que as receitas não são apenas produzidas para as fotos, mas também trabalhadas e detalhadas para que as pessoas possam reproduzi-las em suas casas. Importante ressaltar que o suplemento *Claudia Cozinha* passou por mudanças editoriais para ampliar o seu público e também atender a uma demanda mais gastronômica, por assim dizer. Nas edições a partir de 2005, já se percebe um tratamento mais refinado dos conteúdos



e uma preocupação em apresentar, por exemplo, vinhos que harmonizem com as preparações.

Esta linha editorial, mais voltada à enogastronomia e uma sofisticação nos conteúdos, é a base da revista *Gula*, que analisamos, especialmente as publicações a partir dos anos 90 até os anos 2000, para atender ao recorte temporal a que nos propomos e por considerar que este período é essencial para se analisar a representação dos fazeres culinários no Brasil. Apenas como informação, já que analisamos esta fonte de forma mais detalhada no segundo capítulo, somente nas edições 125, 126 e 127 as matérias de capa trazem como destaque sugestões de “como descobrir os requintes da abobrinha”, “os segredos da carne de cordeiro” e “os segredos do bife”. Não basta apenas preparar os alimentos, mas sim aperfeiçoar o seu uso por meio do conhecimento de técnicas antes restritas aos profissionais.

Metodologicamente, buscou-se por meio de orientações interdisciplinares dialogar com conceitos históricos e outros mais específicos, mas não menos importantes como aqueles ligados à comunicação e à hospitalidade. Como método histórico procuramos encaminhar o procedimento da pesquisa a partir do uso de fontes jornalísticas como objetos de análise. Em relação ao referencial teórico-metodológico, utilizaremos principalmente os conceitos de representação analisados por Roger Chartier. Outros conceitos como os de gosto e identidade também ajudam a compor o quadro teórico-metodológico de nosso trabalho.

Além disso, utilizaremos alguns conceitos propostos por Laurence Bardin na obra *Análise de Conteúdo*, compreendendo a análise de conteúdo como um “conjunto de técnicas de análise das comunicações” (1977, p.31). Visando a uma análise dos significados contidos nos temas ligados à prática da cozinha nas revistas mencionadas anteriormente. Buscaremos, portanto, com base no conceito de inferência investigar: as condições que conduziram a um determinado significado considerando as características das revistas e os respectivos momentos históricos, e quais as consequências que os enunciados analisados podem provocar no âmbito da história e cultura da alimentação.

As diferentes mídias e os periódicos foram escolhidos como análise não apenas por representarem um registro da memória das épocas escolhidas, mas

também para nos fornecerem o entendimento da ideia de representação sob a ótica da comunicação e o seu papel influenciador na formação de comportamentos e hábitos cada vez mais globalizados. Neste sentido, dialogamos com o conceito proposto por Henry Jenkins em *A cultura da convergência*, que trata das mudanças sociais em relação ao comportamento das pessoas em uma sociedade cada vez mais influenciada e conectada aos conteúdos por diferentes mídias. Para Jenkins, “a convergência altera a relação entre as tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (2009, p.43). Abordamos esta discussão no capítulo 3 deste trabalho quando buscamos discutir a relação dos consumidores e produtores da chamada *food media*.

Inicialmente situamos o nosso objeto no contexto dos estudos da História e da Cultura da Alimentação, destacando alguns autores essenciais para se pensar a alimentação do ponto de vista da história. Entre eles, Jean Paul Aron em *A cozinha-um cardápio do século XIX*, que contempla o tema da cozinha entre as preocupações históricas e sociais do contexto francês. A partir da compreensão da alimentação como cultura, buscamos investigar também neste capítulo as relações simbólicas existentes nos hábitos alimentares citando autores como Clifford Geertz, Massimo Montanari e Néstor Canclíni. Dedicamo-nos também neste capítulo a discutir a alimentação como comportamento, distinção social e como fator de identidade.

No capítulo 2 relacionamos os discursos das práticas alimentares da cozinha do cotidiano e da cozinha como lazer com o conceito de representação proposto por Chartier e fazemos a análise das revistas. Assim, buscamos investigar como as práticas alimentares inseridas nos diferentes contextos são construídas de modo a criar identificação com o público, bem como estabelecer relações sociais e de consumo. No capítulo 3 fazemos a análise das fontes, buscamos identificar historicamente a revista no Brasil e trazemos algumas exemplificações sobre as revistas femininas e o surgimento de *Claudia Cozinha*. Em relação à *Gula*, procedemos da mesma maneira, relacionando a temática com o contexto da ascensão econômica, abertura às importações e o novo mercado da gastronomia no Brasil no final dos anos 90 e começo dos anos 2000.

E, finalmente, no Capítulo 4, discutimos a convergência entre comida, entretenimento e gosto a partir do conceito de *food media* proposto por Signe Rousseau e a cozinha como lazer. Discutimos, considerando o exemplo da televisão e da internet a influência desta “mídia da comida” que vai além do entretenimento, alterando a maneira como as pessoas se relacionam com o alimento. Trazemos uma discussão sobre a midiatização do gosto em que analisamos o papel da indústria alimentar na propagação e disseminação de gostos “ideais” e homogêneos. Esta discussão, ainda que não esteja entre os nossos principais objetivos da pesquisa, se faz importante para verificarmos de que modo as práticas alimentares são reinterpretadas pelos programas e pelos chefs celebridades que se tornam autoridades “alimentares” nos mais diversos campos: no turismo, na cultura, na disseminação e interpretação de receitas, na administração de negócios alimentares, no julgamento das habilidades culinárias, na exposição e punição daqueles que não se enquadram nos padrões, entre outros.

## 2 SUBJETIVIDADES E SENTIMENTOS NA HISTÓRIA DA ALIMENTAÇÃO

O presente trabalho insere-se no contexto dos estudos em História e Cultura da Alimentação, especificamente no que diz respeito às subjetividades e à representação histórica do ato de cozinhar considerando os agentes sociais envolvidos neste processo. Temas mais específicos direcionados aos estudos da história e cultura da alimentação foram ganhando destaque na segunda metade do século XX e é com o advento da escola dos *Annales* que este campo de pesquisa tem seu destaque reconhecido pelos historiadores, além de outros pesquisadores. Fortemente marcada pela interdisciplinaridade, a *Escola dos Annales*, que surge com a publicação da Revista dos Annales em 1929 na França, propõe-se a analisar a história à margem, o cotidiano ao invés dos grandes feitos, as micro-histórias.

A ideia de compreender aspectos da vida cotidiana na história nos remete naturalmente ao movimento dos *Annales* e que, como bem salientou Roger Chartier em seu ensaio “O mundo como representação” ao falar dos novos paradigmas propostos pelos historiadores da *Escola dos Annales*, levou a história a reformular seus objetos e também a aproximar-se de outras áreas do conhecimento que não apenas aquelas ligadas à exploração do econômico e do campo social. Os ritos e crenças, as formas de sociabilidade, o vestuário e a alimentação, a vida em família e outros temas passam a ser inseridos no debate historiográfico trazendo novas possibilidades de se pensar a história, tanto metodologicamente quanto conceitualmente.

Os conceitos de cultura material analisados, sobretudo por Fernand Braudel, bem como as análises da longa duração entre o meio e a sociedade, inseriram a alimentação na rota da pesquisa histórica, fornecendo as bases do passado para se compreender questões contemporâneas ligadas ao universo da alimentação.

Como em relação ao espaço, Braudel em seus temas subverte as fronteiras tradicionais da história econômica. Deixa de lado as categorias tradicionais de “agricultura”, “comércio” e “indústria”, e observa, substituindo-as, “a vida diária”, o povo e as coisas, “coisas que a humanidade produz ou consome”, alimentos, vestuários, habitação, ferramentas, moeda, cidades... Dois

conceitos básicos subjazem a esse primeiro volume, um deles, “vida diária”, o outro, “civilização material” (BURKE, 1990, p. 41).

Estes novos objetos e essas formas de ver a história aproximam-se dos outros campos do conhecimento formando imbricações possíveis com a cultura, com as práticas e representações sociais, bem como com as simbologias e identidades.

É neste campo de infinitas possibilidades que é possível inserir os estudos em História e Cultura da Alimentação, cujas análises visam a entender questões relacionadas ao comportamento, hábitos e costumes ligados ao alimento. A História da Alimentação se insere neste contexto interdisciplinar da história e tem como precursores historiadores como Jean-Jacques Revel, Fernand Braudel, Massimo Montanari, Jean-Louis Flandrin e outros cujas obras contribuíram para que o tema fosse considerado pelos historiadores e acadêmicos.

Em 1974, Jacques Le Goff e Pierre Nora publicaram a obra serial dividida em três tomos *Faire l'histoire* e que apresenta os seguintes volumes: *História: novos objetos*; *História: novas abordagens* e *História: novos problemas*. No 1º volume, há um texto de Jean-Paul Aron intitulado *A Cozinha - um cardápio no século XIX*, que além de contemplar esse “novo objeto” na proposta de pesquisa, também o situa na escrita da história do presente, questionando a identidade da própria história como ciência do passado. O autor, na introdução, faz uma menção aos temas não considerados pela pesquisa histórica como aqueles que se referem ao corpo, apetite, desejos, as ditaduras cotidianas, os processos, os significados. Neste sentido, Aron compreende a importância de a história dialogar com outras ciências para a compreensão de fenômenos sociais e culturais.

A cozinha, objeto escolhido pelo autor, insere-se nesta possibilidade de diálogo com a cultura e a economia. Aron analisa uma cozinha específica do século XIX, pontuando que ao mesmo tempo em que a prática da cozinha nasce da necessidade, ou seja, a alimentação em aspecto biológico e de sobrevivência, também pode ser analisada à luz da cultura e da arte quando a produção do alimento ultrapassa o elementar no sentido da gastronomia. Para o autor, o desafio é também metodológico porque ao mesmo tempo em que o objeto-documento da história culinária, no caso o cardápio de Antoine Carême, um dos chefs mais emblemáticos da história da gastronomia, pode fornecer tudo, pode também não fornecer nada. Por um lado é difícil qualquer documento e fonte darem conta da

reconhecida competência do referido profissional e, por outro, o objeto-fonte analisado nada mais é do que o conjunto das instruções redigidas pelo próprio e verificadas com o *mâitre* e demais componentes da cozinha.

No processo de análise deste objeto fica claro que nada é fechado e que os desdobramentos não são apenas possíveis como também característicos do tema. Para Jean-Paul Aron,

O objeto-documento da história culinária não aparece formalizado, material inerte e vazio de sua substância, nem poeirento sob a vestimenta erudita dos documentos históricos. Ele é vivo, e no crescimento de sua vida própria é uma história total que se desenrola (ARON, 1976, p.101)

Além destas considerações, é importante salientar que o texto de Jean-Paul Aron aborda o tema da cozinha no século XIX de maneira interessante no que diz respeito aos recursos metodológicos. O autor procura recortar a análise do documento culinário em três aspectos distintos entre si, pelo menos conceitualmente, mas que oferecem uma unidade para analisar o cardápio no referido período. Primeiro: a partir dos conceitos da história administrativa considerando os relatórios da Assistência Pública de Paris entre 1846 e 1847 para inventariar qual o gasto médio dos alimentos consumidos neste período, o segundo ponto dá conta dos preceitos da história e biologia quando analisa o valor nutricional destes alimentos e sua relação com a ingestão de calorias dos habitantes levando em consideração os alimentos mais consumidos e finalmente a análise das preparações de restaurantes famosos, entre eles o cardápio elaborado por Carême. Este último recorte tem como objetivo analisar o inventário gastronômico, a arte culinária, o serviço à mesa e o último e igualmente interessante código da glotonaria que configura uma série de procedimentos ligados às regras do “bom comer”.

De acordo com Antunes (2005) se antes o campo da alimentação e das práticas alimentares era desbravado principalmente por antropólogos, é a partir da publicação e do reconhecimento, principalmente de duas obras que o tema começa a ser tratado pelos historiadores. Seriam elas: a obra *Fisiologia do Gosto* (1825), de Brillat-Savarin, que se tornou referência ao trabalhar a questão do gosto e os prazeres da mesa, tema que mais se aproxima a um tratado sobre os sentidos e sentimentos envolvidos na gastronomia. E, o trabalho do botânico polonês Adam Maurizio, que analisou a dinâmica das práticas alimentares a partir do elo entre a

história dos vegetais e da humanidade no livro *História da Alimentação Vegetal- da pré-história aos nossos dias* (1932).

Outro trabalho comumente citado como referência é do historiador Ernest Labrousse, *La Crise de l'économie française à la fin de l'Ancien Régime et au début de la Révolution* (1943), que analisou o movimento da produção e a curva de preços na França no decorrer do século XVIII e como a influência do preço do trigo e de cereais essenciais à população somados a outros fatores sociais, econômicos e institucionais que vieram a contribuir para a eclosão da Revolução Francesa. Além destes, é interessante pontuar o estudo clássico sobre a batata na Europa no século XVII do historiador Redcliffe Salaman, na obra *The History and Social Influence of the Potato*, que rendeu um texto de Stephen Greenblat no livro *A prática do novo historicismo*. Ambos, de maneira distinta, analisam a importância sócio-cultural da batata em um contexto de pobreza e escassez de recursos na Europa no século XIX.

No seu texto *Novo Historicismo: ressonância e encantamento*, Greenblat apresenta o que norteia sua forma de repensar a história, apresentando conceitos bastante interessantes quanto os de ressonância, ligado aos sentidos dos objetos e sua permanência para além da compreensão formal do mesmo e o encantamento, aquilo que para o espectador configura sentimento arrebatador, único, e pode (por que não) configurar igual sentimento para o trabalho do historiador.

Em *A batata na imaginação materialista* ((2005) é apresentada a controvérsia em relação à batata que advém, segundo os autores, da noção dos méritos da batata e do trigo como alimentos básicos da classe pobre do campesinato irlandês no século XIX. Na mente dos polemistas, como pontuam os autores, “sacas de alimento básico tornaram-se quase intercambiáveis com pessoas e muitos insistiam em que a gente da batata era radicalmente diferente da gente de trigo” (2005, p. 131). Os autores tecem críticas à visão de Raymond Williams, para quem o alimento, em uma classificação mais ou menos hierarquizada, deveria ficar na extremidade “menos cultural”, pois sua função meramente fisiológica se sobressairia sobre seu conteúdo “ideacional”. Greenblat e Gallagher, no entanto, entendem que justamente por ser apenas alimento é que a batata adquiriu ressonância simbólica (2005, p. 132).

Os autores também apresentam as visões controversas de Cobbet e o escritor inglês de agricultura Arthur Young, a respeito das visões sobre o consumo da batata. Enquanto o primeiro comparava a batata e os seus consumidores a animais, escondidos em buracos e sujos, Young via fraternidade, fertilidade e abundância. O texto foca nas divergências sobre o sentido econômico do tubérculo, bem como religioso e até simbólico. Interessantíssimo é o trecho que trata do crescimento da batata e do trigo: enquanto a primeira é suja, escondida e até que se descubra sua utilização não passa de “baga amarga”, o trigo cresce alvo, dourado, aproveitando os raios de sol.

Naturalmente que não é nossa intenção inventariar os estudos sobre a história da alimentação, mas sim, localizar dentre as inúmeras contribuições aquelas que de certa forma obtiveram destaque e possibilitaram que as diversas facetas da temática pudessem ser exploradas em âmbito acadêmico, especialmente na historiografia.

No Brasil, citamos estudiosos como Luís da Câmara Cascudo e Josué de Castro, que contribuíram com obras fundamentais. Em *História da Alimentação no Brasil* (1968) Câmara Cascudo presta-se a um extenso trabalho de análise dos hábitos, práticas, costumes e alimentos dos povos que formaram o Brasil. É leitura indispensável para estudiosos que visam a compreender a complexa identidade alimentar no país. Em relação a Cascudo é importante fazer menção ao trabalho de Mariana Corção, doutoranda e membro do grupo de estudos em História e Cultura da Alimentação da Universidade Federal do Paraná, sobre a *Geopolítica do Paladar Brasileiro em Câmara Cascudo*. Neste trabalho, Mariana busca analisar o sentido discursivo em Câmara Cascudo, a valorização do tema do cotidiano no contexto da historiografia brasileira da época, o papel da memória nos escritos do intelectual potiguar e que nas palavras da autora é “mais citado do que lido”, a importância da obra para a elaboração da identidade alimentar brasileira, entre outros pontos igualmente importantes.

Já em *Geografia da Fome* (1946), Castro contribui com um dos estudos mais importantes sobre a questão nutricional no Brasil, especialmente nas regiões Norte e Nordeste. O trabalho do pesquisador abriu caminhos para se pensar a alimentação a partir do viés da política, já que para o autor o principal motivo da carência alimentar



da população analisada se dá além das condições climáticas, ambientais ou culturais, mas sim, porque a desigualdade econômica concentrava a exploração da terra na mão de poucos. À época do lançamento do livro, acreditava-se que a questão da fome crônica era situação natural dadas as condições da população e, portanto impossível de ser mudada. Na introdução do livro, Josué de Castro reforça que tal questão representava um tabu no contexto da época. “Interesses e preconceitos de ordem moral e de ordem política e econômica de nossa chamada civilização ocidental tornaram a fome um tema proibido, ou pelo menos pouco aconselhável de ser abordado”.

Sistematizando de maneira ímpar a caracterização do campo de estudos da História da Alimentação, os historiadores Ulpiano T. Bezerra de Meneses e Henrique Carneiro em *A História da Alimentação: Balizas Historiográficas* apresentam como podemos compreender a formação deste campo de estudos e sua institucionalização. Os autores apresentam o panorama desta área considerando as contribuições das ciências sociais para os debates sobre o assunto. Apresentam ainda uma vasta lista de bibliografias comentadas não poupando suas críticas àquelas que consideram deficientes e também, abordam temáticas específicas como aquelas ligadas à fome, aos aspectos religiosos na alimentação, ao gosto, à gastronomia e à mundialização do gosto. Este último, tema bastante controverso que sugere que a indústria do *fast-food* e dos congelados promove uma espécie de homogeneização dos gostos no mundo todo, onde um mesmo prato teria o mesmo sabor em diferentes partes do mundo.

Os autores apresentam um quadro geral do campo de estudo, mas reforçam a ideia de que o tema é por demais abrangente para se limitar a um ou outro conceito. Por isso, consideram pertinente dividir o texto em cinco enfoques comumente utilizados por aqueles que se dedicam a estudar a alimentação: o primeiro seria o biológico, alicerçado pelos preceitos da História Natural, ligados à literatura médica principalmente entre gregos e romanos; o segundo seria o enfoque econômico, cujas relações com a história, a geografia e a antropologia se encontram para explicar a abundância ou falta de determinado alimento em algum período ou local; o terceiro é o enfoque social que se aproxima do quarto enfoque, o cultural, em que os objetivos de estudo estão mais ligados às práticas, representações,

mentalidades e sentidos. O quinto e último enfoque seria o filosófico, campo em que são citadas duas linhas de pensamento: a primeira da autora Elizabeth Telfer, que trata de aspectos do prazer ligado ao comer e às interdições, e a segunda a coletânea de Ben Mephan, sobre a ética da alimentação.

A partir desta análise de Ulpiano de Menezes, situamos nosso objeto de estudo neste enfoque cultural, em que deslocamos nossas atenções para as formas de preparação dos alimentos e o consumo enquanto ação simbólica repleta de sentidos, valores e identidades. Diante disso, é importante apresentarmos alguns conceitos importantes para o desenvolvimento desta pesquisa. Um deles é a conceituação de cultura. Entendemos que a empreitada não é tarefa das mais fáceis e tampouco definitiva, mas procuramos amparo em alguns autores que consideramos mais adequados aos nossos objetivos neste momento.

## 2.1 A INTERPRETAÇÃO DA COMIDA COMO CULTURA

Se partirmos da ideia principal de Clifford Geertz em *A Interpretação das Culturas* (1978) de que a cultura deve ser entendida como manifestação pública e dinâmica e que o comportamento é por sua vez uma ação simbólica, ao analisarmos as práticas alimentares compreendemos que nossa preocupação está nestas *teias dos significados* tecidas pelos seres humanos que de certa forma encontram-se interligados pelo objetivo comum da valorização simbólica da comida e suas manifestações. Nesta perspectiva antropológica, a cultura é entendida a partir do estudo de “códigos de símbolos partilhados” entre os membros de determinada cultura. O olhar do pesquisador ou do observador seria uma espécie de filtro cujas avaliações resultariam em pontos de vista subjetivos sobre as culturas analisadas. Os comportamentos seriam as ações simbólicas que fazem com que as formas culturais se pronunciem. O significado, então, nasce do papel que os agentes sociais desempenham. É importante salientar que neste sentido podemos entender que os padrões de comportamento são historicamente construídos, e não inatos.

A cultura é um padrão historicamente construído de significados incorporados em símbolos, um sistema de concepções herdadas, expressas em formas simbólicas por meio das quais os homens se comunicam, perpetuam e desenvolvem seus conhecimentos e suas atitudes diante da vida (GEERTZ, 1978, p.89)

Neste sentido, citamos Peter Burke, para quem o pesquisador, considerando a perspectiva histórica na abordagem cultural, deve levar em consideração os valores simbólicos e suas interpretações. Burke cita que o “casamento” duradouro entre a história e antropologia tornou-se fundamental para o estudo mais plural de temas antes periféricos, como é o caso da alimentação. O autor salienta que esta relação não está fechada e que tende a se desenvolver já que a temática é dinâmica e possibilita esta interdisciplinaridade.

Avançando neste conceito e propondo uma análise que visa a compreender cultura a partir da hibridação, ou seja, a adaptação do termo da biologia por Néstor García Canclíni no livro *Culturas Híbridas* e que tem como definição o entendimento de que as hibridações são “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (2001, p.19). Ainda que nesta obra o autor se proponha a tratar especialmente de como as hibridações fazem parte de fusões que podem suscitar sentimentos contraditórios no contexto da interculturalidade em meio à “decadência de projetos nacionais de modernização da América Latina”, pensamos que alguns pontos podem contribuir com nossa análise, principalmente aqueles que tratam de como estes estudos sobre hibridação pensados à luz dos “tempos da globalização” mudaram a forma de se falar de identidade, cultura e diferença.

Pensando os hábitos alimentares nesta fronteira “híbrida” em que novas estruturas disputam espaços com a manutenção das tradições e da memória. Entendemos que, além de móvel, este processo não é neutro. Da mesma forma que os intercâmbios alimentares contribuíram decisivamente para a formação de identidades culturais ligadas à alimentação, também foram alvo de preconceito, rechaça e confronto.

Como podemos então pensar a comida e as práticas alimentares neste contexto de transformações culturais? Inicialmente precisamos entendê-las como cultura. Entendemos que historicamente os conceitos de cultura material iniciados por Fernand Braudel, como citamos anteriormente, colocaram estes temas na rota de estudos dos historiadores. Não que a análise sobre a simbologia dos alimentos já não houvesse sido abordada antes desse autor, mas esta preocupação se mostra relevante em um contexto em que a própria história passa por reavaliações importantes em relação aos temas, métodos, abordagens e enfoques. Ao analisar o tema da alimentação à luz de disciplinas consolidadas como a história social e econômica, por exemplo, é que podemos verificar a abrangência da temática que vai além das questões biológicas, nutricionais e dietéticas. Todo o conjunto é importante e os desdobramentos impossíveis de mensurar, mas no sentido teórico-metodológico, alimentação é cultura quando entendida como um dos elementos essenciais para a vida em sociedade, considerando seus aspectos estéticos (gosto), civilizadores na perspectiva proposta por Norbert Elias, da falta e da abundância, dos tabus, da gastronomia como bem simbólico, do consumo.

Naturalmente que a temática não se encerra a partir destes exemplos. Eles apenas fornecem direcionamentos para entendermos a abordagem cultural da alimentação. Do ponto de vista de historiadores e pesquisadores da alimentação, também não há consenso ou pré-determinação sobre o que configura a comida enquanto cultura. Para este estudo em particular, optamos pela abordagem a partir de três pontos analisados por Massimo Montanari: a da comida como cultura quando produzida, preparada e consumida. De acordo com Montanari, “Comida é cultura quando produzida, porque o homem não utiliza apenas o que encontra na natureza (como fazem todas as outras espécies animais), mas ambiciona também criar a própria comida, sobrepondo a atividade de produção à de predação” (2005, p.16).

Ao “criar” a própria comida o homem não apenas está encontrando formas de garantir a sua subsistência como também garantir a subsistência de seus pares fortalecendo os laços comunitários. Ainda que possamos nos referir a esta prática nos primórdios da história da alimentação, é importante salientar que na cultura alimentar as mesmas práticas são reinterpretadas em contextos históricos muito distintos. Como exemplo contemporâneo, podemos citar o movimento “Slow Food”,

criado em 1986 por Carlo Petrini, que tem entre suas diretrizes a valorização do produtor como importante mantenedor de identidades e culturas alimentares.

No texto “Bom, Limpo e Justo: Manifesto Slow Food para a Qualidade”, que faz das Campanhas e Manifestos idealizados pelo Movimento Slow Food que tem representantes em todo o mundo, não apenas são enaltecidas as características do produtor como agente essencial no respeito à biodiversidade e produção consciente de alimentos, mas também o consumidor é convidado a ser coprodutor a partir de suas escolhas. Nesta lógica, se mais consumidores dedicarem-se a exigir alimentos que respeitem a natureza e os trabalhadores, a valorização de boas matérias-primas para alimentos de qualidade e justiça social em que os agentes envolvidos sejam valorizados, então o consumidor também está interligado numa rede de produção, tornando-se parte importante neste processo.

O segundo ponto é o da comida como cultura quando preparada, porque “uma vez adquiridos os produtos-base da sua alimentação, o homem os transforma mediante o uso do fogo e de uma elaborada tecnologia que se exprime nas práticas da cozinha” (2005, p. 16). Neste sentido, as práticas tecnológicas envolvidas na produção do alimento, como o fogo, preparo e armazenamento transformam o alimento em algo distinto daquilo encontrado na natureza, e os significados desta prática em suas mais diversas formas configuram o que entendemos como cultura da alimentação.

No processo estão envolvidos agentes sociais como trabalhadores da cozinha e comensais, produtos da comunicação que representam o poder simbólico e a gastronomia como um amplo sistema de desenvolvimento e aperfeiçoamento dessas técnicas. Entre estes trabalhadores estão os cozinheiros, ou chefs de cozinha, que simbolicamente “saíram” do calor de suas cozinhas para os programas de televisão. Alex Atala, no livro *Escoffianas Brasileiras*<sup>1</sup>, reforça na introdução que os profissionais de cozinha no Brasil vivem um momento de transição: da

---

<sup>1</sup> O livro de Alex Atala e Carolina Chagas (2008) presta uma homenagem a Auguste Escoffier (1846-1935) chef que não apenas sistematizou a cozinha francesa moderna, como também contribuiu para que a profissão de cozinheiro fosse respeitada e padronizada. A alusão ao chef francês é reinterpretada no título do livro numa referência às *Bachianas brasileiras* de Villa-Lobos. Assim, as *Escoffianas Brasileiras* buscam uma abordagem da valorização da alta gastronomia brasileira tendo Alex Atala como um dos principais expoentes.

informalidade a profissionais reconhecidos. Para Atala, o que está acontecendo é uma confusão com o significado da palavra chef:

Acho que a palavra “chef” está perdendo o seu sentido, precisa ser colocada no seu devido lugar. *Chef* é o líder de uma engenhosa operação chamada restaurante. Essa liderança é conquistada com suor, leitura, prática, conhecimento de técnica, horas, horas e horas de pilotagem de fogão. Um diploma não torna ninguém chef. Chefs têm de ser-antes e depois de mais nada - bons cozinheiros (ATALA, 2008, p.24)

E o terceiro ponto é a comida como cultura quando consumida, porque segundo Montanari: “O homem, embora podendo comer de tudo, ou talvez justamente por isso, na verdade não come qualquer coisa, mas escolhe a própria comida, com critérios ligados tanto às dimensões econômicas e nutricionais do gesto quanto aos valores simbólicos de que a própria comida se reveste” (2005, p.16).

Este terceiro item é certamente um dos que suscitam mais debates em relação à alimentação como fetiche, mercadoria. Para nós, que pretendemos desenvolver a concepção da comida como atividade de lazer no decorrer deste trabalho, não há como dissociar as práticas alimentares contemporâneas de uma “cultura” do consumo. Para argumentarmos sobre isso, traremos alguns pontos apresentados por Mary Douglas e Baron Isherwood que analisam em *O mundo dos bens- Para uma antropologia do consumo*, como os bens também estabelecem e mantêm relações sociais. Já que entendemos a gastronomia como bem simbólico, a escolha desta obra é pela abordagem distinta da questão do consumo comumente tratada como fator de competitividade individual.

Certamente que não podemos excluir a ideia de certa homogeneização do gosto, dizemos certa, porque não podemos afirmar que todas as pessoas recebem as informações da mesma maneira, a partir da reprodução midiática de comportamentos, produtos e costumes ligados a hábitos alimentares. Com tantas dicas, livros, manuais, programas de televisão ensinando qual a última tendência gastronômica, como fazer, como comer é pertinente questionar-se se de fato o sujeito escolhe ou se estão escolhendo por ele. Em um texto publicado no jornal *Folha de S. Paulo* intitulado *Quando a comida vira fetiche* em julho de 2012, Nina Horta, colunista e banqueteira profissional, questiona-se “Onde está nossa capacidade de escolha e de responsabilidade? Está sendo passada adiante para o

chef de TV? O crítico de jornal, o cronista gastronômico?”. Nina situa sua argumentação diante da infinidade de informações sobre comida, o “policiamento” sobre o comer “certo” e uma “voracidade insaciável” do consumidor em relação à comida: tanto na ansiedade de conhecer novos lugares, produtos, *chefs* quanto reproduzir estas experiências para parentes e amigos nas mídias em geral.

Estaríamos diante de novas formas de expressão ou estas práticas são realmente uma forma de promoção pessoal, em que as pessoas encontram na comida, além da nutrição e prazer, também maneiras de diferenciar-se socialmente no contexto contemporâneo? Certamente as duas respostas são válidas e no momento apropriado não nos furtaremos em discorrer sobre elas. Neste ponto, porém, gostaríamos de pontuar que o ato de cozinhar configura, para nós, importante alicerce cultural tanto em termos do cotidiano quanto em âmbito profissional. Como toda invenção humana, o cozinhar passa por processos que diferente do que acreditam alguns autores, como Felipe Fernández-Armesto de *Comida-uma história*, não vai se transformar até ficar irreconhecível, mas sim ser reinterpretado em contextos distintos, pois a cozinha não é estática, inflexível. Ela é fruto de práticas que se entrelaçam, mudam, se redescobrem, retornam, avançam. Este mesmo autor pontua que:

O cozimento foi uma invenção valiosa pela maneira como estimulou a formação de comunidades, mas os hábitos culinários contemporâneos ameaçam destruir esta conquista. A comida transportável alimenta os valores da pressa, é combustível para a anomia da sociedade pós-industrial. As pessoas comem enquanto estão fazendo outras coisas, evitando trocar olhares com os que estejam por perto. Comem enquanto estão na rua, correndo entre compromissos ou dando uma voltinha entre diversões (ARRESTO, 2001, p.45).

Essa visão, para fazermos justiça ao pensamento do autor, foi extraída de um trecho específico do livro no qual ele argumenta que determinadas mudanças nas cozinhas tais como a influência do aparelho micro-ondas e o *fast food* mudaram a forma com que as pessoas encaram os alimentos. Primeiro em relação à qualidade: a grande maioria dos pratos congelados, destinados para preparo em micro-ondas, não possuem uma aparência muito convidativa, bem como textura e consistência, mas configuram uma opção cômoda, prática. E o segundo é o advento do *fast food* e da comida pronta. Para o autor, estas formas de alimentar-se, apesar de práticas,

desestruturam as relações familiares porque qualquer membro da família pode preparar e comer o que quiser a qualquer momento não havendo a necessidade do encontro familiar para isso. Esta praticidade seria então, nas palavras de Armesto, “uma forma de cozinhar assustadoramente contra-revolucionária. Ela reverte a revolução culinária, que tornou o ato de comer sociável, e, nesse aspecto, nos leva de volta a uma fase pré-social da evolução” (2001, p.47).

Este tema é tratado também por Claude Fischler no texto *A “McDonaldização” dos costumes* (1998), cujas argumentações tratam principalmente da evolução da alimentação cotidiana considerando os aspectos do passado e a ansiedade em relação ao futuro da comida. Esta ansiedade refere-se principalmente aos processos de industrialização e funcionalidade da alimentação que tem como polos opostos a identidade alimentar e o prazer. Considerando os países europeus de tradição católica como França, Itália e Espanha, o autor salienta que “as pessoas passaram a temer também pela identidade cultural sempre que ameaças pesaram sobre a tradição alimentar” (1998, p.844) e receiam que a “americanização”- os invasores- acabe destruindo a relação mantida com a alimentação cotidiana como fonte de prazer, sociabilidade e comunicação.

Este processo resultaria em uma “perda” da identidade quando o alimento seria destituído de sua forma original para dar lugar a outro enquadrado em um sistema de produção que “desconfigura” o alimento nas suas formas mais elementares. Na esteira deste processo, encontra-se a comida congelada, o *fast food* e também uma mudança considerada elementar para a cultura da alimentação: a comida fora do lar. Analisando principalmente o contexto francês, Fischler considera que o sucesso da comida congelada está em vender principalmente a ideia de que “é mais fresco do que o fresco” e pela comodidade de sua utilização. Em relação ao *fast food*, pontua que esta comida produzida pelas grandes cadeias americanas, como o McDonald’s, encarnam ainda uma questão ideológica.

O imperialismo norte-americano é personificado nestes restaurantes como uma verdadeira ameaça às tradições alimentares. Carlos Roberto Antunes dos Santos analisa este tema no texto *O Império McDonald e a Mcdonaldização da Sociedade: alimentação, cultura e poder*, em que investiga como se dão as relações de poder e confronto no universo da cultura da alimentação considerando o contexto



da padronização alimentar. Para ele, este poder não se impõe pela força, mas sim culturalmente por meio das relações simbólicas, dos comportamentos e escolhas.

E finalmente, o ponto ao qual nos dedicamos no último capítulo deste trabalho que se refere à alimentação fora do lar. Para Fischler, fatores como a industrialização nas décadas de 1950-1960, a profissionalização das mulheres, a elevação do nível de vida e educação, uso do carro e acesso mais amplo da população ao lazer tiveram papel importante nas mudanças dos modos de vida e conseqüentemente na vida cotidiana. Mais pessoas passaram a frequentar restaurantes, não apenas por lazer, mas também para atender a esta demanda de profissionais, turistas, etc. A alimentação, para o autor, deixa o lar para ser consumida em outros espaços.

Esta temática em especial já foi amplamente debatida por pesquisadores, e para o presente trabalho a intenção é levantar alguns questionamentos considerando as práticas alimentares entendidas aqui como os fazeres culinários nos contextos urbano e contemporâneo. Se hoje entendemos o poder da indústria de produtos semi-prontos, o crescimento de *delivery* de comida das mais variadas origens, o desenvolvimento acelerado de uma alimentação fora do lar que cresce consideravelmente no Brasil, como podemos entender essa verdadeira “obsessão”, para citar Carlos Roberto Antunes dos Santos, com a cozinha, os prazeres da mesa, as técnicas? Como podemos tentar explicar a grande procura observada nos últimos 10 anos no país por cursos que prometem formar chefs de cozinha? Quando “todos” passaram a desejar tornarem-se cozinheiros sendo que há pouco menos de 20 anos esta nem era uma profissão reconhecida no Brasil?

Não objetivamos com este trabalho encontrar respostas absolutas para as questões aqui expostas, mas sim, procurar discutir estes pontos que consideramos importantes para pensar a alimentação no contexto contemporâneo. Para avançarmos em nossos objetivos, convém apresentarmos alguns pontos referentes às identidades culturais e a alimentação.

## 2.2 AS RELAÇÕES ENTRE IDENTIDADES CULTURAIS E A ALIMENTAÇÃO: RUPTURAS E TRANSFORMAÇÕES

A associação entre identidade cultural e alimentação vem sendo discutida em diversos estudos sobre a História e a Cultura da alimentação, principalmente no que diz respeito às cozinhas de determinada população, aos estudos sobre imigrantes e a relação destes com sua cultura e o país em que vivem, a formação da identidade nacional e o papel da culinária típica, entre outros. Destacamos especialmente o trabalho de Massimo Montanari, que na obra *O mundo da cozinha: História, identidade, trocas* investiga os intercâmbios alimentares e culturais proporcionados por determinados tipos de alimentos. Traçando um caminho “histórico-culinário” pela Europa, América e África, Montanari investiga que essas trocas mantidas desde a Antiguidade a cada dia estão mais frequentes.

Outro autor que já mencionamos e que é frequentemente citado quando se trata da identidade alimentar a partir da questão do patrimônio é Michel de Certeau com a obra *A invenção do cotidiano: morar, cozinhar*, especialmente com o texto de Luce Giard no Capítulo XI *O Prato do Dia*. Nesse capítulo, Giard analisa a partir de relatos de mulheres francesas de várias idades como elas se relacionam com o cozinhar e como para algumas a manutenção das identidades passa diretamente pelo desenvolvimento dessa habilidade.

Neste sentido entendemos que devemos analisar a alimentação como cultura e seus “produtos” como bens simbólico capazes de unir as pessoas pela sociabilidade e até mesmo separá-las pelo fator do gosto como sinônimo de distinção social. Para nossos objetivos o tema da identidade cultural é caro, especialmente quando analisado à luz das mudanças sociais contemporâneas. Entendemos que é pertinente e se faz necessário analisar este aspecto relacionando-o à cozinha e o cozinhar como lugares de discurso das identidades e das trocas culturais e simbólicas.

Traremos como base para as discussões os conceitos de estudiosos como Stuart Hall, Norbert Elias e Zygmunt Baumann sobre identidade cultural na modernidade e na pós-modernidade. Especialmente no que diz respeito à

construção de identidades no mundo contemporâneo, levando em consideração nosso objeto de estudo que é a cozinha, como elemento cultural e identitário. Para o presente trabalho, é interessante analisar como a identidade é elemento constitutivo da maneira como o sujeito se vê, sente e se valoriza em uma sociedade e no grupo no qual se insere. E também nos provoca a pensar quando há sujeitos que não se “encaixam” ou que não se veem representados. Entendemos que podemos pensar as práticas alimentares a partir desses pressupostos.

Em *A questão da identidade cultural* Stuart Hall procura traçar uma espécie de panorama das noções sobre o conceito de identidade. Certo de que essa não é tarefa das mais fáceis e também de que tal proposta não implica encerrar o assunto em um modelo a ser seguido, Hall vai buscando caminhos, já bastante conhecidos pelos estudiosos sobre as concepções do sujeito a partir do pensamento iluminista, da noção de sujeito sociológico e finalmente, o sujeito na pós-modernidade. Assim, para Hall enquanto o sujeito na compreensão iluminista era centrado e unificado, cuja identidade era um fim em si mesmo, na visão do sujeito sociológico a identidade não se encerrava nela mesma, pois não sendo autônoma e independente carecia da influência de símbolos, valores, significados para sua formação.

Deste modo, este trabalho do sujeito em construir o que Hall chama de “ponte” entre o mundo exterior e o interior, entre os mundos público e privado, nos auxilia a “alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. A identidade desta forma costura (ou, para usar uma metáfora médica corrente, (‘sutura’ o sujeito na estrutura)).” (1998, p.11).

O sujeito uma vez “costurado” na estrutura é, na visão de Hall, estabilizado da mesma forma que os mundos que ele habita, tornando o mundo e o sujeito unificados e previsíveis. A partir disso, Hall apresenta a sua noção de sujeito fragmentado, o sujeito pós-moderno que seria isento de identidade fixa, permanente ou essencial.

A identidade vista sob esse aspecto não é imóvel. E para Hall, “uma identidade totalmente segura, completa, unificada e coerente é uma fantasia” (1998, p. 12), pois à medida que os significados culturais vão aumentando, mais o sujeito é confrontado com uma variedade de identidades possíveis, podendo identificar-se

com elas ou não. Analisando, então a mudança do conceito de identidade no que ele chama de alta-modernidade, Stuart Hall trata da globalização e o seu impacto sobre a identidade cultural. Citando a ideia de Marx sobre a modernidade, para quem ela seria “um constante revolucionar da produção, a ininterrupta perturbação de todas as relações sociais, a interminável incerteza e agitação” (1998, p.12), Hall levanta a questão das sociedades modernas como sociedades de mudanças constantes e rápidas.

Traz também a distinção feita por Anthony Giddens entre as sociedades tradicionais e modernas. Na primeira definição, o passado é reverenciado bem como seus símbolos e representações, perpetuados por gerações. A tradição é um bem como as atividades ou experiências que a perpetuam. Já na modernidade, experimentam-se além das mudanças contínuas, outras formas de viver em que as práticas sociais passam por constante reflexão.

Ao apresentar as principais mudanças que ocorreram no pensamento moderno em relação aos conceitos de sujeito e modernidade, especialmente quando aborda a questão da descentralização do sujeito, acreditamos num diálogo com importantes pensadores contemporâneos, entre eles Zygmunt Baumann, para quem a globalização desempenha papel importante na mudança de como o homem encara a sua identidade. A obra *Identidade* (2005) é uma entrevista concedida a Benedetto Vecchi. Nela, Baumann faz referência a diversos autores e traz elementos de sua própria vida, retoma questões que o fizeram famoso a partir de um panorama daquilo que ele chama de “época líquido-moderna” em que o “mundo em nossa volta está repartido em fragmentos mal coordenados, enquanto as nossas existências individuais são fatiadas numa seção de episódios fragilmente conectados” (2005, p.18)

Partindo dessa ideia, ele apresenta uma metáfora sobre a formação da identidade a partir do jogo de quebra-cabeça. Da mesma forma que o quebra-cabeça, a identidade seria composta por peças. Porém, em seu entendimento, o “quebra-cabeça” da identidade para ser compreendido, não deve ser completado, e pode ser que falem peças. Jamais pode saber. Enquanto o jogo de quebra-cabeças objetiva a uma finalização para ser completo, na identidade o sujeito vai precisar unir peças e pedaços, que podem ser convergentes ou não, e possivelmente o resultado

não será coeso. Ele salienta que no jogo a atividade é “direcionada para o objetivo” e no caso da identidade é “direcionada para os meios” (2005, p.55).

O autor também cita a montagem da identidade contemporânea a partir de um slogan publicitário que viu em Berlim na década de 90 retomando o tema do capitalismo abordado em obras como *Modernidade Líquida*. Para Bauman, a partir da análise do slogan, o sujeito é descrito pelos bens que consome cujo discurso é construído a partir da miscigenação de várias culturas. Bauman cita: “Seu Cristo é judeu. Seu carro é japonês. Sua pizza é italiana. Sua democracia, grega. Seu café, brasileiro. Seu feriado, turco. Seus algarismos, arábicos. Suas letras, latinas; Só o seu vizinho é estrangeiro” (2005, p.32)

Entendemos, portanto, que a identidade é uma construção múltipla, não uniforme e não estática. Neste sentido, verificamos que há diversas formas do sujeito buscar construir a sua identidade. Para nós, convém pensarmos a alimentação como elemento de construção identitária, no que diz respeito aos processos culturais que envolvem o tema. Como salientamos, nosso objetivo é alinhar os pensamentos dos autores citados com discussões convergentes na história e na cultura da alimentação. Para isso, partiremos agora para algumas definições de temas que consideramos importantes para se pensar a alimentação como elemento de identidade cultural.

### 2.3 A ALIMENTAÇÃO COMO COMPORTAMENTO, DISTINÇÃO SOCIAL E IDENTIDADE

É inevitável não fazer referência a Norbert Elias, especialmente o capítulo II da obra *O Processo Civilizador* parte I, quando se faz menção à mudança dos hábitos e comportamentos à mesa. De forma bastante interessante, Elias analisa a mudança desses hábitos à luz dos processos de integração social e constituição dos Estados nações na Europa, levando em consideração e a partir da análise de diversas fontes, em especial os manuais de civilidade, as inúmeras formas de

controle do comportamento. Normas estas que seriam capazes de abrandar os impulsos e estabilizar as estruturas da distinção social. Muitas dessas regras, surgidas no século XVIII, são reconhecidas até hoje como “regras de boas-maneiras” e foram ensinadas por meios de manuais, revistas e até mesmo em escolas especializadas.

Entendemos que o contexto analisado por Elias deve-se a determinado período e também a culturas específicas, porém, não há como não criar prontas identificações com alguns desses conceitos para analisar processos semelhantes em outros períodos e lugares. Um conceito em particular, um dos que fundamentam o seu pensamento, é o de interdependência. Os planos e ações isolados e não planejados “racionalmente” podem dar origem a esse processo civilizador e à medida que eles avançam, aumentam também as redes de dependência entre os indivíduos. A sociedade então seria formada por essa configuração de indivíduos e as suas relações de dependência.

Outros conceitos também são muito importantes quando nos referimos aos costumes ligados à alimentação. Dentre eles, os de cortesia, civilidade e civilização. Estes conceitos serviram como base para a tese *A arte de receber: distinção e poder à boa mesa: 1900-1970*, de Maria Cecília Barreto Amorim Pilla. Neste trabalho, Pilla investiga as boas maneiras à mesa como forma de prestígio e distinção, bem como diferenciação e integração social. Tendo como base a obra de Elias, Pilla também faz uma interessante análise sobre manuais de administração do lar, livros de cozinha e guias de civilidade e etiqueta publicadas no Brasil nos primeiros anos do século XX até o final da década de 70.

Além de proporcionar uma leitura abrangente sobre os conceitos eliasianos, Pilla faz um ótimo levantamento sobre as principais mudanças no gosto e nas formas de distinção social por meio das boas maneiras, apresentando vasto aporte teórico de estudiosos da alimentação, historiadores, filósofos e sociólogos. Para o presente trabalho, entretanto, nos interessa investigar de que maneira essas mudanças de comportamento foram importantes nos processos de construção de identidades culturais ligadas aos hábitos alimentares, em especial à identificação por meio da distinção e do gosto.

O banquete é o exemplo dado por Pilla para mostrar o poder simbólico das regras à mesa. A autora analisa desta forma o banquete, particularmente o anfitrião e os convidados. Eles são “civilizados” à medida que são capazes de obedecer às regras que o compõe. Pois é à mesa, citando Marta de Betânia autora do livro *Noções de economia doméstica* (1957), que as pessoas bem-educadas evidenciam as suas boas maneiras.

Nesse sentido, o banquete pode indicar identidade de um grupo em que aqueles considerados iguais se reúnem em torno de uma mesa. O fato de ser aceito a essa mesa, em outras palavras, convidado a partilhar uma refeição junto a um grupo, tem um forte significado. De acordo com Pilla, o banquete representa também hierarquias e relações de poder em seu interior: o lugar que cada um ocupa à mesa, as deferências muitas vezes dirigidas de forma evidente a um convidado em especial, como o de honra; a precedência em servir (2004, p.189).

Nas relações do cotidiano a identidade pode se dar por meio do gosto, da afinidade. E também pela exclusão, pela recusa em adotar certo tipo de alimentação. Assim, considerando a complexidade em definir o que é gosto, entende-se que há diversos fatores que influenciam as decisões alimentares, tais como fatores sociais, culturais e biológicos. Além disso, o alimento reveste-se de significados simbólicos e imaginários à medida que é considerado cultura.

Citando o conceito de “princípio de incorporação” de Claude Fischler em relação às funções da culinária, Pilla pontua que quando nos alimentamos fazemos isso tanto na forma real como no imaginário e o resultado disso é ingerir um alimento com todas as suas propriedades, tornando-o parte do que somos. Para a autora, neste ponto é possível fazer relações com o processo civilizador, pois da mesma maneira que os costumes à mesa foram “civilizados”, também é possível “civilizar” nossos gostos, ou aprender a se posicionar diante da ingestão de certos alimentos, ou aprender a prepará-los de forma especial e diferenciada. Fazemos uma relação desta análise de Pilla com as revistas e os diversos meios midiáticos que à sua maneira podem também ser pensados como “manuais” de conduta contemporâneos que norteiam e normatizam comportamentos à mesa e em relação à comida.

Esse processo não seria possível se não houvesse identificação com alguma parte desse sistema alimentar. Neste sentido, achamos pertinente citar o ponto de vista de Massimo Montanari que pontua no texto *Identidade, troca: tradições e origens* a analogia entre comida e linguagem como sistemas de sinais e realidades materiais. Para o autor, posto dessa forma, tanto linguagem como a comida tem a conotação de códigos de comunicação capazes de exprimir, tanto dentro como fora das sociedades que a representam, valores simbólicos e significados de natureza variada (econômicos, sociais, políticos, religiosos, étnicos, estéticos, etc.).

Assim como a língua falada, o sistema alimentar contém e transporta a cultura de quem o pratica, é depositário das tradições e da identidade de um grupo. Constitui, portanto, um extraordinário veículo de auto-representação e de troca cultural: é instrumento de identidade, mas também o primeiro modo para entrar em contato com culturas diversas (MONTANARI, 2006, p.183)

Um ponto que consideramos importante salientar nesse texto de Montanari é em relação às noções de troca e de identidade, bastante citadas quando falamos de cultura alimentar. Para o autor, elas são às vezes contrapostas, como se a troca ou o confronto, como ele se refere, entre identidades diversas correspondesse a certa ameaça ao patrimônio cultural que cada sociedade reconhece em seu passado. Certas ações visam à manutenção do lugar da história como lugar de produção das “origens” ou das “raízes” de certas práticas, repudiando o que é novo seja pela desconfiança, pelo medo de contaminação, intolerância e outros. Massimo salienta, entretanto, que as identidades culturais movem-se e que:

[...] não são realidades metafísicas (o “espírito dos povos”) e nem estão inscritas no patrimônio genético de uma sociedade, mas se modificam e se redefinem incessantemente, adaptando-se a situações sempre novas, determinadas pelo contato com culturas diversas” (MONTANARI, 2006, p.184)

Da mesma maneira, os processos de identificação tendem a variar, como reforça Stuart Hall: “O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais aberto, variável e



problemático” (1998, p.11). Podemos considerar neste sentido a cozinha como espaço de identificação social e cultural que no curso de seu desenvolvimento histórico também foi capaz de promover transformações e revelar a formação de novas identidades alimentares e gastronômicas.

Até mesmo a distinção social, elemento que pode ser considerado um indicador de classe e agregador de determinados grupos, é um conceito que precisa ser reavaliado quando falamos dessas novas identidades alimentares. Pierre Bourdieu dedica mais de 500 páginas para formular algumas ideias sobre aquilo que entendemos por “gosto”. Escrito em 1984, *A Distinção- Crítica Social do Julgamento* é uma obra importante para pensarmos um sentimento como o gosto, considerando que esse é um conceito em parte bastante subjetivo, difícil de mensurar. Bourdieu assume com fôlego esta empreitada e apresenta como o gosto é moldado socialmente a partir do consumo de bens culturais em geral. Levando em consideração o conceito de classe social e também o posicionamento socioeconômico de alguns agentes na sociedade, o autor traça uma espécie de hierarquia dos gostos, aquilo que, do ponto de vista social, é considerado de “bom” ou “mau” gosto na sociedade francesa.

A partir de apresentação de gráficos e tabelas, bem como outras fontes como depoimentos e trechos de revistas e jornais, Bourdieu sustenta a ideia de que aqueles que possuem o que ele chama de “capital cultural” tendem a estabelecer a sua concepção de cultura para os demais, que por sua vez vão reproduzir esses hábitos em níveis diferentes, pois para o autor há também variações do gosto dominante. Esse “capital cultural” estaria presente em diversas manifestações culturais, tais como a música, a pintura, o cinema e naturalmente a alimentação.

Tendo por objetivo determinar como a disposição culta e a competência cultural apreendidos através da natureza dos bens consumidos e da maneira de consumi-los variam segundo as categorias de agentes e segundo os terrenos aos quais elas se aplicam, desde os domínios mais legítimos, como a pintura e a música, até os mais livres, por exemplo, o vestuário, o mobiliário ou o cardápio (BOURDIEU, 1984, p.18).

Ao referir-se aos gostos alimentares, Bourdieu salienta que talvez nenhum outro tipo de gosto seja tão ligado às “aprendizagens primitivas”, ou seja, aquelas que seriam herança do mundo de origem, o mundo materno do indivíduo. Estaríamos familiarizados com aquilo que provamos na infância, por exemplo, e para isso não seria necessário fazer nenhum exercício de “aculturação”. Entretanto, quando o alimento é valorizado a partir de questões de mercado, status, valor e tradição o seu completo entendimento é relegado ao conhecimento de “comedores especialistas” ou os gourmets. Neste sentido, é possível vislumbrar o que entendemos por distinção social.

Fazendo uma relação com Elias, Bourdieu trabalha no tópico “Modos de adquirir” sobre como se dá a aquisição desse gosto por meio do comportamento e das maneiras:

Sabendo que a maneira é uma manifestação simbólica, cujo sentido e valor dependem tanto daquele que a percebem quanto daquele que a produz, compreende-se que a maneira de usar bens simbólicos e, em particular, daqueles que são considerados atributos de excelência das estratégias de distinção, ou seja, na linguagem de Proust, da “arte infinitamente variada de marcar as distâncias” (BOURDIEU, 1984, p.65)

Essas distâncias, que fazendo coro ao pensamento de Stephen Mennell no livro *All manners of food*, estão menores ou pelo menos mais atalhos são oferecidos. Mennell estuda as diferenças entre as formas de cozinhar e comer, na Inglaterra e na França na Idade Média, e como isso influenciou a forma que os dois países entendem a cozinha hoje. Mennell salienta que os contrastes relacionados à alimentação diminuíram, por pelo menos dois fatores: o primeiro diz respeito a uma menor insegurança em relação à obtenção dos alimentos e o segundo mostra que as tecnologias de conservação e transporte auxiliaram a distribuir mais alimentos por todo o mundo. Não entraremos no mérito da qualidade dessa distribuição, pois essa questão demandaria outro projeto, mas pensaremos a distinção no contexto da sociedade pós-moderna.

Se relacionarmos esta essa ideia ao contexto da globalização e tentarmos traçar um paralelo com o texto de Stuart Hall *A centralidade da cultura- notas sobre*

*as revoluções culturais de nosso tempo*, considerando a alimentação e as práticas alimentares como cultura, veremos que não apenas essas distâncias mudaram, mas também que as transformações sociais e culturais nos fazem questionar o conceito de distinção social analisado por Bourdieu.

Abordamos esta questão a partir da ideia do impacto da globalização na questão do consumo alimentar. O modo de vida urbano no contexto contemporâneo exige do sujeito necessidades diárias de adaptação para se alimentar. Não é apenas a qualidade do alimento, mas o tempo, local, recursos financeiros. Além disso, questões de ordem específicas como dietas e aporte nutricional. E também, a questão de alimentar-se como atividade de lazer. Entendemos este último como não apenas a alimentação fora do lar, mas também, aquele sujeito que encontra prazer na compra, seleção e preparação de pratos para a família e amigos como forma de sociabilidade.

A globalização da economia e também a industrialização de produtos alimentares tem lugar certo no processo de circulação de mercadorias. Se considerarmos, apenas como um exemplo corriqueiro, a oferta de produtos importados nos supermercados há 20 anos e a oferta verificada hoje podemos constatar que a variedade aumentou e que de certo modo está mais acessível para a maior parte das pessoas consumirem estes produtos. Assim como mais pessoas estão tendo acesso a serviços de turismo e alimentação como lazer. Não vem ao caso argumentar sobre a qualidade destes serviços ou classificá-los, mas sim, pontuar que a visibilidade de ofertas antes restritas a um determinado público aumentou se considerarmos a situação financeira dos brasileiros nos últimos anos.

A globalização dos hábitos alimentares também revela aspectos referentes às mudanças sociais ocorridas nos últimos anos em relação à fome e à obesidade no Brasil. De acordo com o relatório da FAO, apresentado em dezembro de 2013, a América Latina reduziu o percentual de pessoas com fome de 14,7% para 7,9% em 20 anos, enquanto a obesidade na região atingiu 23%. No Brasil, o número de pessoas com fome caiu pela metade, porém, informações do Ministério da Saúde apontam o aumento de 54% da incidência de obesidade entre os brasileiros, entre 2006 e 2012.

Segundo o artigo *O Padrão Alimentar Ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil*, de Susana Inez Bleil, um dos principais fatores que alteram o consumo é a renda e demanda. Neste sentido, a redução do número de pessoas com fome está diretamente ligada a um aumento da renda dos brasileiros, bem como melhores oportunidades de trabalho. Por outro lado, verifica-se que as pessoas com menor renda têm à sua disposição ofertas de alimentos ricos em açúcar, gordura e sal, componentes que são comumente encontrados em produtos industrializados e de pronto consumo, geralmente mais baratos. Não é certo afirmar, porém, que pessoas de maior renda se alimentam da melhor forma. O que determina esta relação é a escolha e o acesso a uma variedade de produtos. Nas duas situações, observa-se uma padronização dos gostos que é incentivada pela propaganda e reforçada pela indústria de alimentos. No segundo caso, porém, o sujeito pode escolher e pagar por outros produtos que não os presentes na cesta básica, por exemplo.

Considerando as práticas de cozinha neste cenário de alimentação pronta, é importante considerar que diversos fatores contribuem para a consolidação deste tipo de mercado. Um deles é o tempo. Se o sujeito não tem tempo, basta aquecer uma pizza ou macarrão instantâneo que em pouquíssimo tempo ele está fazendo uma refeição e na maioria das vezes alimentando a sua família. Há um esforço por parte da indústria em investir em estratégias de mercado que associem estas refeições aos encontros com amigos e familiares e às refeições caseiras. Certamente que essa prática não configuraria um problema alimentar se fosse utilizada de forma esporádica. O problema, apontam chefs e pesquisadores como Jamie Oliver e Amit Goswami, no documentário brasileiro *Muito Além do Peso* (2012)<sup>2</sup>, está no fato de que a exceção virou regra nas práticas alimentares.

A questão da industrialização e padronização do gosto pode comprometer aquilo que entendemos por identidade alimentar transformando símbolos alimentares em reproduções pálidas do que vem a ser determinado alimento e prato,

---

<sup>2</sup> Dirigido por Estela Renner, o documentário *Muito além do peso* (2012) procura apontar diversos fatores ligados à educação, excessos e consumo de alimentos industrializados que combinados contribuíram para aumentar em três vezes o número de obesos infantis ou com sobrepeso no Brasil e que hoje representam 1/3 das crianças no país. O filme mostra o cotidiano alimentar de meninos e meninas, de diferentes classes sociais e faixas etárias que convivem com os problemas decorrentes do excesso de peso como colesterol alto, diabetes, trombose, artrite e outros.

por exemplo. E também o cozinheiro. O produto do seu trabalho também pode ser considerado uma mercadoria.

Em *Vidas para consumo: a transformação de pessoas em mercadoria* (2008), Zygmunt Bauman analisa como o consumo exerce poder essencial nas relações humanas a ponto de as pessoas não apenas desejarem as mercadorias e objetos, mas também elas mesmas por meio da propaganda e apelo mercadológico de adequação a padrões passam também a serem mercadorias desejáveis. O culto ao corpo, a cultura imediatista e a rapidez com que os padrões de consumo mudam fazem com que essas relações sejam permeadas por uma sensação de mal-estar e insatisfação constantes na visão do autor.

Ao referir-se à sociedade de consumidores, Bauman pontua que o produto do trabalho transformou-se numa mercadoria simbólica como podemos ver a seguir:

No caso da mercadoria na sociedade de produtores, foi o ato de comprar e vender sua capacidade de trabalho que, ao dotá-lo de um valor de mercado, transformou o produto do trabalho numa mercadoria de uma forma não visível (e sendo oculta) na aparência de uma interação autônoma de mercadorias. No caso da subjetividade na sociedade de consumidores, é a vez de comprar e vender os símbolos empregados na construção de identidades- a expressão supostamente pública do *self* que na verdade é o “simulacro” de Jean Baudrillard, colocando a “representação” no lugar daquilo que ele deveria representar, - a serem eliminados da aparência do produto final (BAUMAN, 2008, p.24)

É neste sentido que situamos a construção da identidade do cozinheiro: o fruto do seu trabalho é representado como um produto que tem valor de mercadoria simbólica. Certamente que entendemos que o negócio de um restaurante é dar lucro e que o trabalho na cozinha tem entre seus atributos o de emprestar significados aos atos de se alimentar. Ao transformar o alimento em algo que vai além do cotidiano do comensal já se estabelece uma relação subjetiva com o produto da cozinha: para alguns é arte, técnica precisa, fascínio, admiração. Referimos-nos certamente a essa “representação” do trabalho e aos discursos inerentes a esta prática que validam e asseguram lugares de poder neste cenário altamente especializado, porém, cada vez mais visível para a maioria das pessoas.

É interessante o ponto de vista proposto por Mary Douglas e Baron Isherwood sobre as relações estabelecidas pelo consumo. Ao referir-se à alimentação, os autores pontuam que a comida e a bebida são essenciais para se manter a integridade física de uma pessoa em termos biológicos, porém quando pensamos a alimentação como parte da vida social devemos ter em mente que ambos, a comida e a bebida, são necessários para “ativar a solidariedade, atrair apoio, retribuir gentilezas, e isso vale tanto para os pobres quanto para os ricos” (2006, p.39).

Na análise de Douglas e Isherwood, as posses materiais são analisadas a partir das relações sociais. Para os autores, a análise do consumo deve ir além da questão da competitividade individual e ser entendida também como um processo em que os bens estabelecem e mantêm relações sociais. Relações essas que não são neutras, e da mesma forma que unem se considerarmos as questões materiais na vida das pessoas, também excluem:

A escolha dos bens cria continuamente certos padrões de discriminação, superando ou reforçando outros. Os bens são, portanto, a parte visível da cultura. São arranjados em perspectivas e hierarquias que podem dar espaço para a variedade total das discriminações de que a mente humana é capaz. As perspectivas não são fixas, nem são aleatoriamente arranjadas como um caleidoscópio. Em última análise, suas estruturas são ancoradas nos propósitos sociais humanos (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p.114).

Com a intenção de pensar o consumo como uma atividade ritual em que os bens assumem a posição de classificar pessoas e eventos, os autores analisam que os indivíduos usam o consumo para se posicionarem na vida em sociedade e que este caminho não é uma via de mão única: é preciso que não apenas haja o reconhecimento dos outros para validar a sua percepção das coisas, mas também a aquiescência de outros grupos de consumidores para definir e sedimentar aquilo que é mais importante, menos importante, tendência, moda e assim por diante. Esse posicionamento vale para qualquer relação de consumo: desde a decoração da casa até a escolha do que se alimentar, por exemplo.

É importante salientar que estas relações são nitidamente marcadas pela distinção que é um elemento de identidade individual e social. Em relação à alimentação, o status e a diferenciação social estão diretamente ligados ao tipo de

alimento consumido, ao tipo de lugar e os modos de comer. Sobre esta questão, cabe citar o artigo de Janine Helfst Leicht Colaço sobre as representações do comer nos restaurantes de comida rápida, os *fast foods*. Para a autora, cabe analisar para além da questão negativa relacionada à comida servida por este tipo de estabelecimento, as relações existentes entre as pessoas e os alimentos no contexto da alimentação fora do lar.

Estas formas de comer, na visão de Colaço, propiciam novos arranjos e estratégias diante das múltiplas ofertas para a alimentação. A partir de uma análise etnográfica dos consumidores na praça de alimentação de três shoppings em São Paulo, a autora procura desenvolver uma abordagem sobre as transições dos hábitos alimentares nestes espaços considerando aspectos espaciais, temporais e sociais.

Ressalta-se, então, que as praças de alimentação são interpretadas de maneira tanto positiva quanto negativa: há o encontro com o massificado e o padronizado, mas há também as motivações dos comensais e suas representações do comer, que não deixam de conjugar imagens da casa e da rua, a fim de orientar suas práticas alimentares. Essas práticas, antes de dissolver estruturas existentes, dão forma a novos modelos, nos quais o comer doméstico e o comer fora convivem (COLAÇO, 2004, p. 123).

A questão da distinção, na análise de Colaço, é observada a partir das diferenças estruturais da praça de alimentação convencional e dos espaços de alimentação pensados para atender a um público com maior poder aquisitivo. No primeiro caso, há uma variedade de serviços alimentares com preços mais ou menos parecidos, os estabelecimentos são parecidos e oferecem preparações mais acessíveis para o gosto da maioria das pessoas. No segundo caso, a impessoalidade do serviço do atendente da lanchonete, por exemplo, é substituída pelo serviço de um garçom, e o ambiente assemelha-se aos restaurantes convencionais procurando amenizar a ideia negativa de se alimentar no shopping. Além disso, o preço das refeições e a oferta de pratos pressupõem além de um poder aquisitivo mais alto também familiaridade com o que é oferecido.

Esta sofisticação dos alimentos *fast food* revela novas formas de pensar a alimentação no contexto globalizado. A conhecida discussão sobre a qualidade

nutricional deste tipo de alimentos dá lugar, em nossa análise, para os aspectos culturais e históricos ligados a esta forma de alimentação. Tendo como referência o texto de Hermano Vianna, *O Direito de Querer Menos*, publicado no caderno Mais! do jornal Folha de S.Paulo em 2003, sobre a sofisticação destes produtos para as massas trazemos para o presente trabalho algumas questões que nos são interessantes.

A primeira é sobre a observação do autor a respeito da cadeia de *fast food Prêt-a-Manger* comprada pelo McDonald's: "A sofisticação dos produtos para as massas, como a cadeia de fast food Prêt-a-Manger, escancara o esforço delirante do indivíduo, na sociedade contemporânea, para escapar ao lugar-comum" (VIANNA, 2003). A empresa citada oferece refeições rápidas, porém, reinterpreta este tipo de alimento a partir da sofisticação do consumo. As embalagens revelam informações sobre os valores de proteínas, fibras e carboidratos, por exemplo. Há opções de sanduíches servidos em pão sem glúten, sem gergelim, livre de alergênicos e assim por diante.

Estes exemplos permitem a interpretação de que produtos socialmente condenados, como os lanches servidos nos restaurantes *fast food*, se inseridos em uma nova roupagem que atenda aos interesses de públicos consumidores distintos e que adotem uma política contra os alimentos transgênicos, por exemplo, passam a ser vistos como benéficos e atentos à realidade social. Esta situação evidencia e marca as diferenças entre o público consumidor de *fast food* convencional e o público do *fast food* gourmet. Enquanto o primeiro é condenado, o segundo é considerado adequado:

Nos últimos anos, não é mais possível andar pelas ruas de Londres sem se deparar, em todos os lugares, com uma loja de sanduíches da cadeia Prêt-a-Manger, recinto de look pós-moderno onde podemos ter toda uma nova experiência fast-alimentar. As massas do mundo "desenvolvido" se sofisticaram demais para continuar consumindo hambúrgueres e coca-colas, mesmo quando estão com pressa. Não fica bem, nem um pouco bem, serem surpreendidas num McDonald's, que, não contente de ter fama de gerador de infartos, ainda é acusado de destruidor de florestas tropicais. Além disso, essas massas já foram doutrinadas a gostar de rúcula, tomate seco e capuccino -portanto seus novos paladares não admitem mais aqueles sabores rudes que um dia encantaram a sociedade de consumo em seus tempos primitivos, pré-digitalizados e pré-globalizados (VIANNA, 2003, p.1).



Esta situação apresentada por Vianna, ainda que não faça referência ao Brasil, pode ser analisada em nosso contexto. Citando o exemplo de um produto comumente associado ao *fast food*, como o hambúrguer. Nos últimos anos, esta preparação tipicamente americana ganhou ares sofisticados, ingredientes nobres e preços equivalentes aos pratos mais requintados. Agora, comer um destes sanduíches não é mais um problema, mas sim uma experiência gourmet. Esta ideia nos leva ao segundo ponto que consideramos pertinente na análise de Vianna, que é em relação a esta aparente democratização do luxo e da sofisticação.

Ao ver tanta opulência numa simples lanchonete não pude deixar de suspirar pensando no meu querido e coitado Terceiro Mundo. Aquilo tudo pode existir ali porque em algum lugar do mundo não existe nada parecido. Isso é matemática de primeiro grau. O planeta não tem recursos suficientes para proporcionar esse padrão de consumo de massa para todas as suas massas (VIANNA, 2003, p.2).

Analisando esta citação consideramos pertinente salientar que as identidades alimentares passam por importantes transições no contexto da sociedade de consumo. Comumente discutia-se como o poder das gigantes cadeias de *fast food* seria capaz de descaracterizar os alimentos submetendo às pessoas em todo o mundo a uma padronização alimentar. Além desta discussão, é preciso também levar em consideração que a distinção e o status ligados aos hábitos alimentares são elementos essenciais no processo de mudança pelo qual passam as relações alimentares. Percebe-se uma tensão entre grupos que buscam aproximar-se destas formas de consumo e grupos que se esforçam por criar distâncias cada vez maiores.

Soma-se isso ao fato de que interesses ligados às causas políticas, dietas e questões ligadas à sustentabilidade criam novos nichos no mercado alimentício em que a identidade do grupo é criada e mantida a partir da aceitação do consumo ou não consumo de determinados alimentos, o engajamento, a reprodução de discursos de emagrecimento e boa forma, entre outros. A distinção, portanto, neste contexto relaciona-se a noção de “ser diferente” dos demais consumidores a partir da ideia de uma consciência alimentar expressa como uma forma superior de alimentação.

### 3 A REPRESENTAÇÃO DOS FAZERES CULINÁRIOS: AS COZINHAS DO COTIDIANO E A COZINHA COMO LAZER

Quando procuramos o aporte conceitual para o presente trabalho nos deparamos com uma variedade incrível de possibilidades, fato que por si só configura ao mesmo tempo um caminho como também uma armadilha. É notório que nosso trabalho insere-se num campo multidisciplinar de estudos, o que não significa dizer que lança mão de um conceitual “sem fim” como subsídio para algumas problemáticas que surgem no percurso da pesquisa.

Em relação ao conceito em que buscamos apoio para fundamentar o nosso direcionamento, está o de representação de acordo com a perspectiva apresentada por Roger Chartier por considerarmos que ele nos oferece possibilidades de pensarmos o objeto em questão do ponto de vista histórico no que diz respeito à questão das representações sociais e práticas culturais.

O significado da palavra representação para Chartier pode ter duas denominações: a primeira é a ausência, que nos faz perceber a diferença entre aquilo que representa (imagem presente) e o que é representado (objeto ausente) e finalmente a representação como a apresentação pública da pessoa, ou de algo.

Certamente que entendemos a complexidade da ideia de representação, e que os pontos analisados por Chartier no texto *A História Cultural: entre práticas e representações* não objetivam encerrar a discussão em torno do conceito, pois ele próprio é elaborado com base no trabalho dos sociólogos Marcel Mauss e Émile Durkheim. Este último que desenvolveu o conceito de representação coletiva para pensar fenômenos como a religião, Durkheim considerava que ela deveria ser pensada a partir da consideração de que a individualidade é regida por regras distintas do que na coletividade, porém pensando no coletivo podemos entender que a individualidade constrói-se na sociedade. Mais tarde este conceito é revisitado e

utilizado pela psicologia social como forma de pensar as relações culturais inerentes a grupos que tenham interesses em comum.

Para nossos objetivos convém pensarmos a questão da representação a partir da perspectiva da história cultural analisada por Chartier em que as atenções se voltam para compreender como as realidades culturais são construídas no tempo e espaço.

As estruturas do mundo social não são um dado objetivo, tais como não o são, as categorias intelectuais e psicológicas todas elas são historicamente produzidas pelas práticas articuladas (políticas, sociais, discursivas) que constroem as suas figurações, estas demarcações e os esquemas que as modelam, que constituem o objeto de uma história cultural levada a repensar completamente a relação tradicionalmente postulada entre o social, identificação como um real bem real existindo por si próprio, e as representações, supostas como refletindo-o ou dele se desviando (CHARTIER, 1990, p.27).

Se pensarmos a cozinha como lugar da identidade e das trocas como proposto por Massimo Montanari (2009) em relação aos valores simbólicos emprestados aos sistemas alimentares, podemos deduzir que ela também é construída já que a cozinha contém e expressa a cultura de quem a pratica, é depositária das tradições e das identidades de grupo (2009, p.11)

Esse mesmo autor compara a cozinha à linguagem, apontando semelhanças e diferenças, já que este espaço possui também vocábulos que seriam os produtos e ingredientes, as receitas que são organizadas segundo regras de gramática que dão sentido aos ingredientes, de sintaxe (a ordem dos pratos) e de retórica (os comportamentos do convívio). Se a cozinha pode ser pensada como linguagem, então ela também faz parte de um complexo sistema de representações em que os sujeitos disputam espaço para assegurar as identidades e resistir às normas e tradições propondo enfrentamentos e rupturas.

No caso das revistas que nos propomos a analisar, este sistema é evidenciado pela construção de discursos que entendemos como a “reprodução das representações” sendo construções sociais da realidade que fazem parte de um

processo dinâmico, não neutro e passível de interferências determinadas pelos interesses de grupos que reivindicam e asseguram lugares de poder na sociedade.

As percepções do social não são de forma alguma discursos neutros: produzem estratégias e práticas (sociais, escolares, políticas) que tendem a impor uma autoridade à custa de outros, por elas menosprezados, a legitimar um projeto reformador ou a justificar, para os próprios indivíduos suas escolhas e condutas (CHARTIER, 1990, p.17)

Entre os elementos que compõem essas representações da realidade estão as imagens, que são muito importantes nas fontes que nos dedicamos a analisar. Ainda que não nos debruçemos inteiramente sobre elas, nos propomos a considerá-las como parte da análise. Para Maria Eliza Linhares Borges, as imagens devem ser entendidas “para além de sua dimensão plástica; elas nos põem em contato com os sistemas de significação das sociedades, com suas formas de representação, com seus imaginários” (2003, p.79)

Neste sentido, fazemos referência ao conceito de “cozinha ornamental” proposto por Roland Barthes no livro *Mitologias* escrito entre 1954 e 1956. Os 53 textos que compõem este livro, entre eles, Cozinha Ornamental, visam a “realizar, por um lado, uma crítica da linguagem da cultura dita de massa, e por outro, uma primeira desmontagem semiológica dessa linguagem” (BARTHES, 1970). Para o autor, a partir das leituras de Saussure, é preciso investigar as representações que resultam em mitos e transformam a “cultura pequeno-burguesa em natureza universal”.

Barthes analisa as imagens de alimentos produzidas pela Revista *Elle* e elenca alguns pontos que dialogam com nosso objeto de pesquisa. Entre eles, está a desnaturalização do alimento em sua forma original, ou seja, a descaracterização do alimento para fins decorativos, como cobrir os alimentos com cremes espessos, adorná-lo com coberturas coloridas, entre outros. Em sua análise, *Elle* é um “verdadeiro tesouro mitológico” e que lança mão destes recursos já que a cozinha da revista é puramente visual. Para Barthes:

Há, com efeito, nessa constância do revestimento, uma exigência de distinção. *Elle* é uma revista preciosa, pelo menos em termos lendários, cuja função é apresentar ao imenso público popular que é o seu (testemunhamo vários inquéritos) o sonho do chique; daí uma cozinha do revestimento e do álibi, que se esforça sempre por atenuar, ou mesmo mascarar, a natureza primeira dos alimentos, a brutalidade das carnes ou o inesperado dos crustáceos. O prato camponês só é admitido a título excepcional (o bom cozido familiar), como fantasia rural para cidadãos esnobes (BARTHES, 1970, p.130).

Outro ponto é a criação do “mito” da cozinha, a cozinha idealizada e inacessível para a maioria das pessoas e que se reveste de um pretensão ar mais “popular”, nas palavras de Barthes. Entre os elementos que evidenciam esta característica está a interpretação da invenção o “jornalismo doméstico” proposto pela cozinha em *Elle*, que trata o alimento em sua superficialidade, relegando às invenções a enfeites, ornamentações, um “faça você mesmo” frívolo, desprovido de substância. Compreendemos que para o autor esta superficialidade é a base da cozinha ornamental, mítica, uma “cozinha de sonho” (BARTHES, p.131).

A representação desta cozinha de sonho é vista nas fotografias da revista *Elle* que ilustram o alimento como analisado por Barthes, porém, como mencionamos anteriormente a atualidade da análise do autor permite aplicá-la ao nosso objeto de estudo na contemporaneidade. As fotografias produzidas em *Elle* retratam o alimento como um objeto ao mesmo tempo “próximo e inacessível”, consumido pelo olhar. Esta relação é evidenciada nas fotos das preparações vistas em *Claudia* e *Gula*. No primeiro caso, mostram que a receita testada pela Cozinha Experimental “funciona” e que se a cozinheira proceder corretamente alcançará resultados satisfatórios. *Gula*, por outro lado, ao mesmo tempo em que pretende desmistificar o universo da gastronomia para os leitores, revelar os segredos dos chefs e ensinar a como usar ingredientes desconhecidos, também evidencia nas receitas a grande distância existente entre as formas de cozinhar, entre a “culinária” e a gastronomia.

Considerando esta questão, compreendemos as imagens nas revistas *Claudia Cozinha* e *Gula* como importantes registros simbólicos nos contextos que nos dedicamos a analisar. Citando Borges para quem “uma imagem visual é uma forma simbólica cujo significado não existe *per sí*, quer dizer ‘lá dentro’ como coisa dada que pré existe ao olhar, a intenção de quem o produz”. (2003, p.80).

É preciso dizer ainda que ao mesmo tempo em que nos interessa o que *está escrito* (as imagens e os textos analisados) também o que *não está escrito* configura objeto de interesse já que entendemos a cozinha como local privilegiado de produção de valores simbólicos. Este tema, abarcando outros objetos de estudo, faz parte das reflexões de autores como Michel de Certeau, Paul Veyne e Hayden White sobre a escrita da história considerando os discursos produzidos pelos historiadores. Vale dizer que o tema se insere no rol das novas preocupações dos pesquisadores em relação a questões como *o que é passado, quem escreve sobre o passado, o lugar do outro na interpretação do pesquisador* e assim por diante.

Na esteira da desconstrução de alguns conceitos, White ao referir-se ao discurso histórico, pontua que:

O que o discurso histórico produz são *interpretações* de seja qual for a informação ou o conhecimento do passado de que o historiador dispõe. Essas interpretações podem assumir numerosas formas, estendendo-se da simples crônica ou lista de fatos até “filosofias da história” altamente abstratas, mas o que todas elas têm em comum é seu tratamento de um modo narrativo de representação como fundamental para que perceba seus referentes como fenômenos distintivamente “históricos” (WHITE, 1991, p.22)

Michel Foucault, ao referir-se ao controle do discurso pondera que um dos procedimentos para que haja uma “administração” dos discursos é a determinação das condições para o seu funcionamento de modo que nem todos tenham acesso a eles e que apenas sujeitos pré-determinados sejam habilitados a fazê-lo. E também reconhecê-los. Neste sentido, compreendemos que Chartier dialoga com Foucault ao analisar que o entendimento da história deve ser feito a partir da análise dos processos envolvidos na construção de um sentido.

Rompendo com a antiga ideia que datava os textos e as obras de um sentido intrínseco, absoluto, único- o qual, a crítica tinha a obrigação de identificar-dirige-se às práticas que, pluralmente, contraditoriamente dão significados ao mundo. Daí a caracterização das práticas discursivas como produtoras de ordenamento, de afirmação de distâncias, de divisões, daí o reconhecimento das práticas de apropriação cultural como formas diferenciadas de interpretação (FOUCAULT, 1970, p.28).

Desta forma, é importante considerarmos as fontes de análise, já que elas nos fornecem o instrumental para a visualização desta produção de sentidos. Na perspectiva da história cultural, somada a outros pontos que resultaram em rupturas no modo de se analisar a história, está a preocupação com as fontes no processo do conhecimento histórico. Questões como o que é fonte, qual a relação da fonte com o passado e com o presente que se pretende analisar, e o que pode ser considerado fonte parecem estar bastante superadas no que tange à necessidade das novas abordagens históricas.

No bojo das preocupações históricas mais recentes, a imprensa é considerada pelos pesquisadores como fonte e também objeto de análise. Apenas para citarmos alguns trabalhos de História e da Cultura da Alimentação do grupo de estudos homônimo da Universidade Federal do Paraná que recorreram a fontes jornalísticas para analisar as transições alimentares, destacamos: o trabalho de Suely Teresinha Schmidt Passos de Amorim, *Alimentação Infantil e o marketing da indústria de alimentos: Brasil, 1960-1988*. Nesta dissertação, a autora busca alicerçar sua metodologia na análise do discurso verificada nos textos das reportagens sobre aleitamento materno e as mensagens e imagens publicitárias voltadas ao público infantil. Em sua pesquisa, a autora flertou com diversas publicações que de certa forma faziam referência à sua temática, tais como, a Revista Cruzeiro na década de 60, a Revista Pais e Filhos e Claudia.

Além deste trabalho, há a pesquisa de Luciana Patrícia de Moraes *Cada comida no seu tacho: ascensão das culinárias típicas regionais como produto turístico*. A autora busca com este trabalho verificar como se dá a atenção aos pratos típicos pela mídia das regiões analisadas.

Estes são apenas dois exemplos, ligados à nossa área de pesquisa, para ilustrar a importância de se considerar a imprensa e seus produtos como materiais fundamentais para se pensar a disseminação e incorporação de discursos e também para analisarmos as práticas e representações culturais localizadas no tempo e no espaço histórico. Sobre isso versa a obra organizada por Lúcia Maria Neves, Marco Morel e Tania Maria Ferreira *História e Imprensa: representações culturais e práticas de poder*, à qual recorreremos para situarmos a imprensa como fonte para o historiador.

A obra coletiva busca fazer uma compilação de alguns trabalhos que compõem a produção historiográfica que traz como tema a imprensa e a história no Brasil, destacando principalmente as representações culturais e práticas de poder em períodos que vão desde o Brasil-Império até a década de 70. Trata-se de uma obra que pretende dialogar com a renovação no campo da historiografia e o estreitamento metodológico possível com a imprensa que vai além do olhar que relaciona o campo como produtor e veiculador de “verdades”.

O redimensionamento da imprensa como fonte documental- na medida em que expressa discursos e expressões de protagonistas- possibilitou a busca de novas perspectivas para a análise dos processos históricos. Dessa forma, superou-se a perspectiva limitada de identificar a imprensa como portadora dos “fatos” e da “verdade”. Deixaram-se também para trás posturas preconcebidas, que a interpretavam, desdenhosamente, como mero veículo de ideias ou forças sociais, que por sua vez, eram subordinadas estritamente por uma infra-estrutura socioeconômica. (NEVES, 2006, p.10).

Em relação à utilização da revista como fonte de análise, Ana Luiza Martins salienta que desde o século XIX este tipo de impresso já era considerado como fonte histórica, mas as análises de questões relacionadas promovidas pela Nova História possibilitaram a valorização do gênero como fonte:

Ao longo destas contribuições é extenso o rol de fontes convencionais, tradicionalmente manuseadas pelo historiador e credenciadas como documentos legítimos a respaldar as investigações acadêmico-científicas. Neste conjunto, o "impresso revista" não se apresenta de forma inédita como fonte histórica, uma vez que desde o século XIX os periódicos já eram considerados documentos pertinentes para o rastreamento do passado, ainda que com restrições. Todavia, as imensas possibilidades de análise decorrentes da Nova História potencializaram o gênero "revista" como fonte, ou melhor, esta modalidade de publicação periódica evidenciou-se como suporte rico e diversificado de documentos, síntese privilegiada de instantâneos reveladores de processos históricos, representação material de práticas de consumo, usos e costumes (MARTINS, 2003, p.59).

A autora reforça ainda que a revista analisada como documento proporciona um “conjunto lúdico” de possibilidades para o historiador que numa só publicação



“reúne texto, imagem, técnica, visões de mundo e imaginários coletivos” (2003, p.59).

Partindo do pressuposto de que há formas distintas de se analisar a imprensa, convém situarmos nosso objeto neste campo de estudos. Tanto a revista *Claudia Cozinha* quanto a *Revista Gula* se inserem no campo do jornalismo segmentado que, em geral, direciona as suas publicações para temas e públicos mais específicos do que o de jornalismo geral. Nos diversos produtos jornalísticos que tratam de temas do cotidiano, a intenção é produzir textos e imagens de assimilação mais geral, e isso pode variar de veículo para veículo. No caso da televisão, por exemplo, é preciso “decodificar” o assunto por meio de técnicas e procedimentos que visam a torná-lo acessível para diferentes tipos de público.

Importante salientar que há autores que fazem distinção entre o jornalismo especializado e o jornalismo segmentado. Enquanto o primeiro seria uma “modalidade” dentro do jornalismo tradicional, como o jornalismo econômico, por exemplo, o segundo seria uma ênfase em um tema “super-especializado” dentro de um veículo específico como o caso da revista. Mara Ferreira Rovida analisa esta questão buscando verificar em que medida há entrelaçamentos e diferenças entre os dois. Levando em consideração o ponto do jornalismo econômico como referência de modelo de jornalismo especializado, a autora pontua que a informação econômica sempre foi contemplada pelos jornais e que a novidade está no fato da criação de periódicos com a exclusiva finalidade para este assunto. Para Rovida, uma definição de jornalismo especializado seria:

O jornalismo especializado faz parte do jornalismo de informação geral por se tratar de comunicação ampla e genérica, embora possa ser limitado por aspectos temáticos que imprimem certa singularidade na redação das notícias e até na abordagem dos temas noticiados. O jornalismo especializado, normalmente, se remete a uma editoria do jornalismo de informação geral, não sendo considerado um fenômeno ou modalidade a parte, mas uma característica do jornalismo de informação geral contemporâneo (ROVIDA, 2010, p. 65)

Para esta autora, portanto, o jornalismo especializado “não se desenvolve a partir da segmentação de público” e não pode ser utilizado como sinônimo.

Alguns poderiam dizer se tratar de uma segmentação por tema, mas mesmo assim parece não haver conexões entre a noção de segmentação, conforme descrevemos no capítulo anterior, e a divisão de editorias que dá origem a esse tipo de periódico especializado. Dessa forma, não nos parece correto utilizar especialização e segmentação como sinônimos (ROVIDA, 2010, p. 65).

A segmentação seria utilizada para definir o tipo de público, mas não pode ser utilizada para distinguir um tipo de imprensa de outra. Citando Dulcília Schroeder Buitoni em relação à classificação da imprensa feminina e o jornalismo econômico, ela reforça que:

[...] perceberemos que ambos são voltados para um público bastante abrangente e tratam de assuntos variados, mas limitados por um eixo norteador. No caso do jornalismo econômico, temos a economia como eixo norteador, e no caso da imprensa feminina, o papel (ou papéis) da mulher na sociedade (ROVIDA, 2010, p.65).

Tendo como base as características do texto de revista citando Marília Scalzo, para quem a publicação seria “um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento” (2003, p. 11) e que tem como peculiaridade a análise mais detalhada de determinado assunto e público, Rovida reforça que a publicação “seja o melhor suporte para observarmos tanto o jornalismo especializado, como o Jornalismo Segmentado” (2010, p.67).

Para nossa análise não fizemos essa distinção entre jornalismo especializado e segmentado por considerarmos que as revistas analisadas contêm características que permitem situá-las nas duas classificações. Acreditamos ainda que a situação é bem mais complexa e que não caberia a nós neste momento desenvolver um estudo sobre isto, mas citamos estas discussões para mostrar que não estamos alheios a elas.

Outro autor que desenvolve algumas considerações a respeito do jornalismo especializado, buscando caracterizá-la, é Frederico de Mello Brandão Tavares no texto *Jornalismo especializado e a especialização periodística* que pontua que para

se pensar em jornalismo especializado é importante levar em consideração, no que diz respeito à especialização, pelo menos três fatores, a saber:

- 1) A especialização pode estar associada a meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofônico, ciberjornalismo, etc.);
- 2) A temas (jornalismo econômico, ambiental, esportivo, etc.);
- 3) Aos produtos resultantes da junção de ambos (jornalismo esportivo radiofônico, jornalismo cultural impresso, etc.)

De acordo com este autor, a especialização jornalística estaria associada à “evolução dos meios de comunicação e a formação de grupos sociais consumidores de mídia cada vez mais distintos” (2009, p.117). Neste texto, o autor propõe reflexões sobre o campo teórico e metodológico levando em conta as diferentes concepções sobre como pensar em jornalismo especializado. Segundo ele, esta questão não era suficientemente debatida nos estudos de comunicação no Brasil à época da publicação do artigo em 2009, sendo necessário recorrer a trabalhos de pesquisadores espanhóis que consideram desde a década de 70 o jornalismo especializado como atividade acadêmica.

Nas palavras de Rovida, considerando o desenvolvimento histórico da publicação pode-se considerar que o jornalismo especializado configura um estágio anterior ao Jornalismo Segmentado. Nesta análise, não se faz menção ao jornalismo gastronômico ou o jornalismo voltado à culinária ou práticas de cozinha. É certo de que nos grandes jornais diários, disputando terreno com assuntos “sérios”, a temática esteve relegada durante muito tempo a pequenos espaços em editoriais variadas.

Nos últimos anos, porém, observou-se um crescimento expressivo não apenas de publicações referentes à área, mas a valorização de publicações voltadas exclusivamente para este tema. Um bom exemplo é o suplemento editado pelo jornal *Gazeta do Povo, Bom Gourmet*, que era inicialmente uma página no jornal localizada ao final do caderno de cultura, publicado às quintas-feiras com dicas de restaurantes, lançamentos de produtos, indicação de vinhos e cursos na área. Em 2010, a seção dá lugar a uma revista mensal com dicas mais sofisticadas de preparações, bebidas e restaurantes. Pode-se afirmar, mesmo que não represente

uma inovação no segmento, que a publicação *Bom Gourmet* tornou-se referência no jornalismo paranaense na abordagem de temas ligados à gastronomia, promoção de concursos e como um “certificado” de excelência para restaurantes e bares de Curitiba. No site da *Gazeta do Povo* também intitulado *Bom Gourmet* é possível acessar algumas notícias mais antigas, colunistas, dicas de restaurantes e produtos. Não há espaço para a crítica gastronômica nos moldes convencionais, mas, sobretudo espaço para divulgação de restaurantes e “cobertura” sobre novos estabelecimentos e eventos gastronômicos promovidos pela *Gazeta do Povo* e parceiros.

Optamos, portanto, para o estudo das fontes compreender a questão a partir da escolha da produção de informações sobre o tema das práticas alimentares entendendo que se tratam de mídias especializadas neste assunto e que por sua vez mesmo que se destinem a públicos diferentes, trazem em seu bojo o desenvolvimento do cenário alimentar no país. Mesmo que possuam características editoriais distintas, ambas se prestam a valorizar o campo da culinária e das áreas ligadas à alimentação, uma em grau maior de sofisticação e outra voltada a decodificar receitas para um público de caráter mais utilitário.

Luiz Mauro Sá Martino chama a atenção para o processo de produção da informação: “As informações em geral são produzidas em complicados sistemas organizacionais. Na grande imprensa e mesmo na mídia especializada, o produto final, objeto último da divisão social do trabalho jornalístico, é a informação.” (MARTINO, 2003, p. 12).

Acreditamos ser pertinente mencionar a questão do público consumidor deste tipo de informação. Partimos da ideia de Melo Brandão, presente no texto *Jornalismo especializado e a especialização periodística*, a respeito desta formação mais heterogênea de consumidores de conteúdo para analisar as nossas fontes que se destinam a públicos diferentes, mas tratam de conteúdos semelhantes em períodos distintos. Nos últimos anos, e principalmente no período analisado por nós, verificamos um entrelaçamento dos conteúdos, pelo menos aproximações bastante visíveis. Como exemplo: a Revista *Cozinha Claudia*, que nasce inicialmente com o intuito de ajudar a dona de casa, passou por reformulações atendendo a uma

demanda crescente, e volta o seu olhar para as “comidas e bebidas” sugerindo harmonizações e preparações sofisticadas recomendadas por chefs renomados.

A Revista *Gula* ainda que se dedique ao “comensal profissional” por assim dizer, traz como destaques em algumas matérias preparações como a *Lasanha de Frango de Gisele Bündchen* (agosto de 2003, nº 130), prato que a mãe da *top model* preparava para recebê-la. Ainda que não se trate de “qualquer” lasanha, mas sim, a lasanha que faz a dona de medidas invejáveis sair da linha, trata-se de um prato que destoa da preocupação gourmet da revista.



Figura 1

Esta “sofisticação” de um prato aparentemente simples e bastante comum ao cotidiano dos brasileiros pode ser analisada a partir do destaque dado ao nome da personalidade. O nome Gisele Bündchen compete com a imagem da apetitosa preparação. É interessante fazer menção à análise de Barthes quando ele se refere ao prato camponês na revista *Elle* que só é admitido fora do seu contexto natural, transformado em “fantasia rural para cidadãos esnobes” (1970, p. 130). Neste caso,

verificamos uma relação semelhante quando há atribuição de valor ao prato “da modelo”.

O que pretendemos com estas exemplificações é salientar que quando nos referimos à questão das práticas alimentares devemos olhar para além do público e das classificações, porque entendemos que as práticas se entrelaçam, não se excluem e não são paradas no tempo. Se hoje vivenciamos um processo de formação mais heterogênea de consumidores de informação como discutido por alguns estudiosos, por que não podemos pensar que a produção de conhecimento gastronômico não passa também por este processo?

Para que possamos avançar, convém neste momento apresentarmos algumas características específicas dos materiais que nos propusemos a analisar. A revista como publicação periódica tem algumas características distintas dos jornais diários impressos e online, bem como a comunicação televisiva e radiofônica.

A revista inserida no contexto do desenvolvimento industrial e econômico no Brasil atende a uma demanda específica dentre os meios de comunicação. No livro *História Revista*, publicado pela Associação Nacional dos Editores de Revista em comemoração aos 25 anos da entidade é apresentado um breve panorama histórico do desenvolvimento do meio no Brasil e suas peculiaridades. Para os autores, o aquecimento do mercado editorial de revistas no país deve-se à estabilização econômica e o lançamento do plano real em 1994. “A redução dos preços, possibilitada pela retomada do crescimento da economia, provocou um aumento substancial da circulação como o crescimento de títulos e estímulos à receita publicitária” (2001, p. 28). A notícia, matéria-prima de todo produto jornalístico se insere neste contexto econômico e está diretamente relacionada à comunicação de massa. Para além desta questão, porém, é importante considerar:

Vista no complexo da comunicação de massa, é realmente um dos produtos de consumo da indústria cultural. Mas não um produto só revestido de conotações negativas associadas à crítica do sistema pós-industrialização. Um produto dinâmico pelo ângulo da oferta e da demanda. Um produto típico das sociedades urbanas e industrializadas, reproduzida em grande escala para atingir a massa (MEDINA, 1978, p. 47-48).

Assim, a revista pode ser analisada como um produto de consumo da indústria cultural que se utiliza de diversos recursos, entre eles os elementos textuais e visuais para chamar a atenção do leitor e consumidor. Além disso, considerando a especificidade do veículo revista no contexto histórico, pode-se afirmar que ela desempenha um papel de entretenimento e educação. De acordo com Marília Scalzo:

Enquanto os jornais nascem com a marca explícita da política, do engajamento claramente definido, as revistas vieram para ajudar na complementação da educação, no aprofundamento de assuntos, na segmentação, no serviço utilitário que podem oferecer aos seus leitores. Revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico (as notícias “quentes”) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática) (SCALZO, 2013, p.14).

Em relação à diferenciação da revista com os outros meios, Scalzo chama a atenção para o formato, já que se trata de impresso pensado para ser levado a qualquer lugar, bem como arquivado por mais tempo. A periodicidade das revistas também é fator importante que a distingue dos jornais diários e sites, por exemplo. Um texto trabalhado em uma revista demanda mais tempo e recursos como o uso de fotografias mais bem produzidas, infográficos e outros, além da necessidade de explorar ângulos da matéria para além do imediatismo do fato.

Sobre a linha tênue entre o entretenimento e o jornalismo, Scalzo é enfática ao afirmar que ainda que se adotem os procedimentos jornalísticos nas revistas semanais, por exemplo, há funções que as revistas desempenham que nada tem a ver com o jornalismo, mas sim com o “puro entretenimento”. Como exemplo, ela cita as gravuras presentes nas revistas que distraíam o público no século XIX, as revistas em quadrinhos e as revistas que estampam fotos de mulheres nuas. Neste sentido, para a autora, o tensionamento entre jornalismo e entretenimento no meio revista não faz sentido desde que se observem os limites e possibilidades de cada área sem “querer misturar os dois” (2013, p. 52).

Assim, as revistas se comparadas a outros meios de comunicação, dedicam-se a determinados assuntos primando pela particularização de temas ligados a um

grande tema e não raro tendo o entretenimento como foco. Uma revista como *Claudia Cozinha*, entretanto, apesar de dedicar-se exclusivamente a assuntos voltados para a dona de casa procurava trazer questões de cunho utilitário tornando, porém, a tarefa de cozinhar mais prazerosa. É certo que a revista nasce em um contexto de desenvolvimento da indústria cultural no Brasil e que muitas práticas ainda estão se desenvolvendo, mas *Claudia Cozinha* desempenhou um papel de abrir fronteiras no trato deste tipo de informação.

O leitor de revistas tem uma relação diferente com este tipo de publicação. Ainda que hoje com a internet as formas de armazenar os conteúdos favoritos sejam distintas de 20 anos atrás, a revista é um produto que costuma ser guardado e colecionado pelas pessoas.

Consideramos como elementos característicos das revistas:

1. Capa - Considerado o espaço privilegiado da revista, é onde estão realçadas as matérias de destaque e a matéria especial que geralmente tem ênfase central na capa. A capa deve ser impactante e persuasiva para que o leitor quando tenha o primeiro contato com ela na banca, decida pela compra.
2. Sumário - Apresenta as seções da revista e os destaques. Também é comum neste espaço a disponibilização dos contatos da revista para assinaturas, serviço de atendimento ao consumidor, anúncios, outros produtos em geral. Em algumas, as cartas selecionadas dos leitores aparecem destacadas.
3. Editorial e Expediente - Espaço em que o editor da revista destaca algum ou vários temas ligados à capa e as matérias em destaque. O expediente, ou seja, dados técnicos da edição tais como a editora, diretores da publicação, sistema de distribuição e demais informações são divulgadas.
4. Conteúdo - O conteúdo é dividido levando em consideração o público e os temas tratados. Geralmente contemplam textos de caráter informativo, outros utilitários, opinativos, dicas de livros, dicas de blogs e internet, personagens, estilos de vida, guias em geral.
5. Publicidade - Guia com novidades de produtos em geral com breves textos informando preços e onde podem ser encontrados. Em alguns casos, configuram



espaço ao final da revista com endereços e contatos dos fabricantes e distribuidores dos produtos citados nas matérias.

6. Glossário - Em algumas revistas específicas geralmente encontra-se no final da edição com termos e palavras que podem ser desconhecidas ou não usuais para a maioria das pessoas. A Revista Gula é uma das que se utilizou do glossário para fazer referência às expressões comuns na gastronomia, mas pouco acessíveis para o leitor de modo geral.

Naturalmente que estes são alguns elementos tradicionais na formatação editorial do produto revista, certamente que o segmento da comunicação sendo um campo altamente influenciado pela criatividade e competitividade, procura a todo o momento buscar formas de se destacar e diferenciar-se dos concorrentes. Levando em consideração estas questões, conceituais e técnicas, que são fundamentais para analisarmos a historicidade das práticas alimentares e as suas configurações, convém traçarmos um paralelo com nosso objeto de estudo.

Enquanto a Revista *Claudia Cozinha* surge em um contexto, conforme já citamos, de mudanças na sociedade brasileira em que a mulher passa a desempenhar um papel que vai além do de esposa, mãe e cozinheira, mas que ainda é fortemente marcado pela atribuição e manutenção desses papéis, Gula é reconhecida por valorizar o *gourmet* num contexto econômico privilegiado da região Sudeste do Brasil. Ambas, aliás, são voltadas para a população urbana, adulta e compostas majoritariamente pelas classes A e B, que se interessam pela temática de alguma forma. Além disto, podemos apontar, apesar das diferenças editoriais, pelo menos três fatores de entrelaçamento entre as duas:

- O primeiro seria o tema em si- A culinária, compreendida como os fazeres, a cozinha entendida como a origem: a cozinha francesa, a cozinha árabe, por exemplo, e a gastronomia como o serviço da cozinha, as técnicas, as preparações, os responsáveis.

- O segundo é a questão da produção das informações: ainda que a Revista Gula destine as suas informações para um público distinto, podemos afirmar que *Claudia Cozinha* inaugura algumas técnicas até então inéditas no jornalismo especializado brasileiro no que diz respeito à produção de imagens para ilustrar a

revista, na preocupação com os ingredientes e preparações brasileiras, sugestão de utensílios e ingredientes e apresentação ao leitor do país preparações até então desconhecidas. Gula percorre este mesmo caminho, naturalmente adaptando o conteúdo ao seu público e aos seus objetivos.

- O terceiro é o lançamento de tendências- ambas preocupam-se em trazer para o público aquilo que os editores consideram novidades em lançamentos de produtos, estabelecimentos e profissionais. Ainda que a forma que este conteúdo seja produzido seja distinta, é inegável que eles se assemelham. Importante salientar ainda que por se tratarem de revistas que de certa forma inauguraram a maneira de se abordar as técnicas da cozinha no país, elas passam a ser vistas como modelo e referência para outras publicações do mesmo gênero.

Neste sentido, as práticas discursivas de ambas fazem parte desta construção do que configura o “mercado” culinário e gastronômico no Brasil, quais os produtos “da moda”, quais cozinheiros são “reconhecidos”, “qual a melhor preparação para festas de final de ano”, “o melhor drinque” e assim por diante. Estas construções não são inocentes, apesar da aparente banalidade do tema elas servem para moldar comportamentos, assegurar posições, reforçar o poder de grupos e deslegitimar outros.

Antes de iniciarmos a análise e detalhamento das fontes, gostaríamos de fazer menção ao trabalho *Da cozinha à sala de estar: um olhar sobre a gastronomia no jornalismo cultural brasileiro* (2006), de Renata Maria do Amaral. O artigo analisado, que traz um resumo da dissertação apresentada para o mestrado em Comunicação na Universidade Federal de Pernambuco, procura investigar como o tema do jornalismo gastronômico, que costumava ser tratado como periférico pelo jornalismo cultural vem crescendo no Brasil e adquirindo grande importância pelas mídias em geral. Consultando um universo de mais de 140 textos entre crônicas, seções de crítica gastronômica, colunas de jornais e revistas especializadas, a autora justifica que essa coleta diversa de dados é intencional para que seja possível traçar um panorama inicial do tema no campo de estudos.

O que é marcante no trabalho de Renata é que ela busca analisar a linguagem presente nas crônicas, ou especialmente nos textos de cunho opinativo,

que por sua vez configuram uma característica de um gênero dentro do jornalismo. No caso da crônica, ela é um “híbrido” entre os elementos formais do jornalismo e da literatura. As crônicas analisadas pela autora que tratam de críticas gastronômicas partem na maioria das vezes da observação pessoal do jornalista ou especialista em relação a uma experiência alimentar, utilizam elementos textuais que não são apenas ligados à gastronomia, mas também à linguagem cinematográfica e literária, para citar alguns. Este tipo de texto não visa a uma formalidade no trato do tema, mas sim uma narração dos fatos feita de forma mais interpretativa. O autor do texto não precisa necessariamente ser um jornalista pode ser alguém que circule pelas diversas áreas do conhecimento. Concluímos que a mesma “informalidade” do gênero é utilizada pela mídia independente, como o caso dos blogs, que baseiam os seus conteúdos nas observações mais diversas sobre serviços e práticas alimentares.

Não cabe neste momento desenvolvermos uma análise a respeito deste gênero, apesar de o considerarmos um campo bastante interessante para analisarmos as produções de discurso alimentares. Nossa intenção é utilizar este exemplo para evidenciar que o tema da gastronomia ganha visibilidade em igual proporção ao interesse pelo assunto tanto pelo público em geral bem como pelos estudiosos.

No caso das fontes que pretendemos analisar é pertinente pontuar que entendemos que se destinam a públicos diferentes, porém, elas têm em comum o fato de reproduzirem conteúdo voltado para as práticas culinárias, além de configurarem produtos do jornalismo especializado como detalharemos a seguir. Nosso intuito é justamente analisar a transição destas práticas, como elas se completam, se há trocas, permanências e mudanças.

Como metodologia optamos por utilizar alguns preceitos da análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin considerando, que “a análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente de recepção) inferência esta que ocorre a indicadores (qualitativos ou não)” (2009, p.38). Esse conjunto de métodos de análise serve como referência complementar à abordagem histórica a que nos propomos e também uma forma de organização de informações dos documentos analisados. Consideramos importante

mencionar que não nos dedicaremos a fazer um estudo linguístico ou quantitativo das fontes, mas sim, buscaremos adaptar o método ao nosso objeto e fundamentação teórica. Para isso, consideramos especialmente alguns procedimentos apresentados no capítulo IV do livro *Análise de Conteúdo, Análise de Comunicação de Massa: o horóscopo de uma revista*, que oferece um modelo de análise com base no horóscopo publicado pela revista *Elle*. A análise temática parte da coleta de dados que permitem enquadrar as previsões de cada signo dentro de um esquema classificatório com os seguintes elementos: as categorias de valor dos signos, os componentes textuais que validam estas categorias, os exemplos de frases vistos no texto e, enfim, uma percentagem dos itens que se repetem no texto. A partir desta classificação é possível responder às hipóteses previamente postas e analisar quais as atitudes positivas e as negativas observadas no horóscopo da revista *Elle*.

Desta forma, conduziremos a análise das fontes considerando os passos que seguem:

a) A pré-análise: Segundo Bardin, “geralmente, esta primeira fase possui três missões: a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação de hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final” (2009, p.95)

b) A exploração do material: refere-se às operações de codificações, descontos ou enumeração de elementos.

c) Tratamento dos resultados obtidos: Para Bardin, “os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos (falantes) e válidos” (2009, p.101)

Um dos aspectos essenciais dessa análise é a inferência sobre os resultados obtidos, que corresponde a:

Se a descrição (a enumeração das características do texto, resumidas após tratamento) é a primeira etapa necessária e se a interpretação (a significação concedida a estas características) é a última fase, a inferência é o procedimento intermediário, que vem permitir a passagem, explícita e controlada, de uma à outra (BARDIN, 2009, p.39).

Para que possamos verificar como se dá a transição e permanências nos hábitos ligados aos fazeres alimentares nas fontes analisadas, convém considerarmos com base na ideia da inferência proposta por Bardin.

- Analisando o contexto histórico das revistas é possível compreender quais elementos conduzem aos enunciados pesquisados?

- Quais as conseqüências que um determinado enunciado vai realmente provocar? Isto se refere aos possíveis efeitos das mensagens (2009, p.39). Por exemplo, os elementos que podem influenciar o leitor em uma matéria de destaque.

Inicialmente, vamos detalhar as características editoriais da publicação *Claudia Cozinha*- Edição Especial de Aniversário- outubro de 1991 e a em seguida da *Revista Gula* (1992). Antes da apresentação dos textos e imagens escolhidos apresentamos as hipóteses e na sequência procedemos com a análise.

### 3.1 CLAUDIA COZINHA E A ÊNFASE NAS PRÁTICAS ALIMENTARES COTIDIANAS

*Claudia Cozinha* é uma publicação originária da revista *Claudia* que foi lançada em 1961. Inicialmente, se tratava de um suplemento lançado em 1965 intitulado *Jornal da Cozinha*, mas com o sucesso e a maciça participação das leitoras, *Claudia Cozinha* torna-se uma revista independente voltada especialmente para a divulgação de receitas e produtos culinários cujo foco volta-se principalmente para as jovens donas de casa. A revista *Claudia* tem esse nome graças a uma homenagem que Victor Civita e a esposa, Sylvana, pretendiam dar à filha, que gostariam de ter, mas eles tiveram apenas dois filhos, Roberto Civita que faleceu no dia 28 de maio de 2013 e Richard Civita. Assim, o próprio Civita se referia à *Claudia* como sua “filha de papel” e ambos, Victor e Sylvana, contribuíram de forma decisiva para o projeto editorial no início da revista.

Pode-se dizer que as revistas femininas publicadas pela Editoria Abril<sup>3</sup> revisitam alguns temas tratados pelas revistas do começo do século XX em seções ou colunas com assuntos voltados para a mulher, como a *Revista da Semana* (Rio de Janeiro-1901) que respondia às dúvidas das mulheres na seção Cartas de Mulher, a revista *Fon-Fon, Cigarra, Jornal das Moças e Vida Doméstica*. Além destas, deve-se mencionar a importância da Revista Feminina que nasce com o intuito de ser um veículo dedicado exclusivamente à mulher e aos seus interesses, assim compreendidos na época.

De acordo com Sandra Lúcia Lopes Lima no texto *Imprensa feminina, Revista Feminina: a imprensa feminina no Brasil, A Revista Feminina (1914-1936)* foi uma das primeiras publicações escrita e dirigida por mulheres, direcionada essencialmente ao público feminino. A autora reforça, entretanto, que esta não é uma iniciativa pioneira no país e que antes dela outras publicações já haviam inaugurado este caminho entre os impressos no Brasil. A revista surge graças ao empenho e influência de sua fundadora, Virgilina de Souza Salles, cujas ideias ajudaram a fundamentar e direcionar os conteúdos abordados pela publicação. Virgilina era advinda de uma tradicional família paulista e esta influência ajudou-a a inserir a revista entre a elite a que pertencia e devido ao apoio da família conseguiu a colaboração de intelectuais como Menotti del Picchia, Olavo Bilac, Coelho Neto, entre outros.

Ela visava a contribuir com a educação das mulheres brasileiras e oferecer com “uma leitura ‘sã e moral’, ‘recreativa e literária’, que colaborasse para a “educação doméstica e a orientação do espírito feminino”, a *Revista Feminina* era variada em seus assuntos, limitando-os, porém, ao que poderia se integrar ao “mundo da mulher” (2007, p. 228).

Dentre os assuntos tratados como moda e etiqueta, nos interessa principalmente a atenção dada à culinária como referido no texto de Sandra Lúcia

---

<sup>3</sup> A Editora Abril nasceu em 1950 e foi criada por Victor Civita (1907-1990), filho de uma família de imigrantes italianos que vivia na cidade de Nova Iorque, nos Estados Unidos. Nesse período a editora detinha os direitos de apenas uma revista, a versão brasileira do personagem criado por Walt Disney, *Pato Donald*. Nos anos seguintes, a Abril lançou títulos de grande sucesso como a revista feminina *Capricho* voltada inicialmente para as fotonovelas, *Quatro Rodas, Veja e Exame*. O conglomerado Abril inclui além de outras publicações segmentadas, uma gráfica (Abril Cultural), uma distribuidora (Grupo Abril), a fundação Victor Civita e a Abril Jovem, além de outros “braços” que incluem outros parceiros na área de publicações e mídia. É a maior editora de revistas da América Latina.

Lopes Lima. Nessa análise, a autora acrescenta que a culinária tinha destaque especial na revista e que em 1916 ganha uma seção própria intitulada “O menu de meu marido”, que tinha como principal objetivo orientar as moças casadas a prepararem refeições saborosas aos maridos. Muito interessante é o trecho selecionado por Sandra Lúcia Lopes Lima de um artigo publicado em 1920 cujo título, “Rumo à cozinha”, criticava o desinteresse das mulheres mais jovens com as práticas culinárias.

As mocinhas de hoje, quanto ouvem falar em panelas e quitutes, franzem o beijo, como se lhes propusessem um aviltamento... O fato de existirem cozinheiras que se pagam e que trabalham como animais de carga não exime a boa esposa de ser, pelo menos, a diretora espiritual da cozinha...

Preocupadas com mil frivolidades mundanas, passeios, chás, tangos e visitas, a mulher deserta do lar... A vida exterior, desperdiçada em banalidades, é um criminoso esbanjamento de energia... Por que desprezar a cozinha? É naquele laboratório que se prepara o verdadeiro elixir da saúde... Dela depende a saúde como a enfermidade, a alegria como o mau humor. (VIRGILINA, 1920)

Sandra Lúcia Lopes Lima avalia que a valorização da prática da culinária fazia parte do conjunto de elementos em torno dos quais centravam-se as mensagens da *Revista Feminina*: a manutenção da família, e conseqüentemente o bem-estar do marido (2007, p.230)

Já a revista *Claudia* surge em um momento de mudanças importantes para as mulheres no Brasil. Ainda que em sua fase inicial, no período da publicação da primeira revista em 1961 já se podia vislumbrar uma reestruturação do mercado de trabalho no país que incluía as mulheres. Na década de 70, porém, é que se verifica a inserção mais acentuada das mulheres no mercado formal de trabalho.

Mesmo neste contexto, o conteúdo da revista, de acordo com a edição comemorativa dos 50 anos da Editora Abril, ainda tinha como foco a mulher no território da casa. Em 1965, a psicóloga Carmen da Silva inaugura uma seção chamada *A Arte de Ser Mulher*, em que angústias e preocupações das jovens donas de casa eram analisadas por uma profissional. Outras revistas femininas da editora como a *Cosmopolitan* inaugurariam algumas temáticas até então obscuras como a questão da sexualidade feminina.

Maria Celeste Mira pontua que a revista *Claudia* se desenvolve “junto com a constituição da chamada sociedade de consumo no país, constantemente imbricada e tensionada pelas causas feministas (1997, p.79)”.

De acordo com a autora a revista *Claudia* inova justamente na tentativa de “mostrar” à mulher brasileira a moda e a cozinha brasileiras, e mesmo que no início baseie suas produções nas publicações estrangeiras e também recorra a fotos produzidas pela revista em outros países, como o caso da *Claudia* Argentina, no processo de desenvolvimento da *Claudia* nacional volta-se o olhar para a valorização da “identidade nacional” em relação à moda e à alimentação. Neste sentido, não é exagero afirmar que a revista é de fato pioneira ao inaugurar técnicas de produção dos materiais gráficos e visuais até então não vistos no país, somam-se a esta consideração outros pontos importantes, a saber:

Algumas revistas se orgulham do seu passado. É o caso de títulos tradicionais e polêmicos como *Claudia*, *Quatro Rodas*, *Realidade* e *Veja*. São grandes porque, exceto *Realidade*, as outras três percorrem quase toda a história da Editora Abril, estando hoje entre as suas revistas de maior tiragem<sup>4</sup>. Como *O Cruzeiro* em tempos áureos, elas foram pioneiras: abriram novos caminhos, consolidaram estilos, consolidaram leitores (MIRA,1997, p.79).

Na entrevista do editor de arte Atilio Braschera<sup>5</sup> para a edição comemorativa dos 25 anos de *Claudia* veiculada em 1986, verificamos como se dá este pioneirismo em alguns pontos que se tornarão referência de produção de materiais gráficos segmentados, como é o caso das revistas. O trecho que selecionamos faz menção especialmente ao início do trabalho de culinária da revista:

As leitoras mandavam receitas e não podíamos publicar sem serem testadas antes. Isso foi o começo da Cozinha Experimental *Claudia*,

---

<sup>4</sup>À época da publicação do trabalho de Maria Celeste Mira (1997) a tiragem da Revista *Claudia* era de 164 mil exemplares. Em 2013, de acordo com informações da Publiabril, a tiragem é de 462.270 exemplares, sendo que 310.262 são provenientes de assinaturas, 85.807 de compras avulsas no montante de circulação líquida de 396.069 exemplares.

<sup>5</sup> Esta entrevista foi publicada na íntegra no trabalho de Maria Celeste Mira *O leitor e a banca de Revista- O caso da Editora Abril*, que fornece importantes informações sobre algumas revistas publicadas pela editora numa abordagem sócio-cultural levando em consideração a modernização da imprensa brasileira no contexto da indústria cultural.



coordenada pela Olga Krell<sup>6</sup>. Havia um júri interno, e gente de fora também que fazia a degustação, e as melhores receitas eram publicadas. Mas nas fotos de comida não bastava apertar o clic. Para que dê água na boca, deve-se tomar uma série de providências, como passar glicerina no frango assado para ele ficar brilhante, muitas carnes não podem ser fotografadas completamente assadas, e assim por diante. Truques esses que não foram ensinados, mas sim descobertos por nós.

Eu lembro que a primeira foto que eu fiz com a Olga Krell foi uma piscina em que a Olga inventou uns refrescos, para você ver a produção, ela colocava uns pacotinhos de batatinha e a foto era isso. (BRASCHERA, 1986)

No que diz respeito à cozinha, é importante pontuar que diferente das outras revistas, *Claudia Cozinha* é uma das primeiras a testar as receitas e produtos na cozinha experimental, o que configura um diferencial da revista em relação a outras existentes no mercado.

A primeira cozinha experimental de alto padrão da imprensa brasileira foi criada por Claudia em 1963. Testava produtos alimentícios, eletrodomésticos e receitas. A produtora Olga Krell, arquiteta convertida ao jornalismo, foi estagiar nas revistas americanas *Good House Keeping*, *McCalls* e *Better Homes & Gardens*. "Victor Civita acreditava que a melhor maneira de aprender é ver alguém que sabe fazer", diz Olga. Mais tarde ela dirigiu o *Estúdio Abril*, onde se criaram técnicas de fotografar culinária, decoração e beleza, entre outras especialidades. "No começo a gente pegava boas revistas estrangeiras, olhava as angulações, a iluminação, as tendências", lembra Olga. (KRELL, 1986)

A questão da cozinha experimental vai além de uma propaganda para a revista. Implicitamente, isso significa dizer que as receitas apresentadas não foram apenas produzidas para ilustrar as páginas da revista, mas sim foram testadas para que elas pudessem ser reproduzidas em casa. Esta preocupação surge da reclamação das leitoras de que algumas receitas que vinham impressas em produtos e ingredientes da época "não davam certo" tal a imprecisão na descrição dos ingredientes e falta de apuro na explicação de como fazer as preparações. Esta demanda cai nas mãos de Edith Eisler que junto com Bettina Orrico coloca em prática o projeto da Cozinha Experimental Claudia. Posteriormente, a cozinha se torna um símbolo de excelência culinária capaz de estabelecer padrões de

---

<sup>6</sup> Olga Krell foi a primeira diretora de redação de Casa Claudia no período de 1977 a 1990, Jornalista e arquiteta, advinda de família tradicional, foi trabalhar na revista a pedido de Victor Civita.

qualidade a serem seguidos por outras publicações. Pode-se afirmar que é uma das primeiras revistas a inaugurar e reproduzir “tendências” alimentares que vão desde as receitas até os ornamentos escolhidos para decoração.

Sobre a Cozinha Experimental é importante reforçar que ela configurou realmente um selo de qualidade para a revista *Claudia Cozinha*. Na edição de número 66A de março de 1967, o editorial *O Sêlo de Claudia* explica o que significa esse certificado, quem pode utilizá-lo e qual o seu objetivo. Além disso, o símbolo é representado por um caldeirão que leva a inscrição Qualidade Comprovada Claudia. Optamos em manter a grafia original do texto.

A Cozinha Experimental de Claudia foi criada tendo em vista quatro objetivos: testar tôdas as receitas que são publicadas na revista (e isto inclui as receitas que vocês nos enviam); experimentar os novos produtos alimentícios que são lançados no mercado; elaborar dietas especiais sempre levando em conta fatôres como saúde e orçamento. E finalmente a Cozinha Experimental atribui seu “Sêlo de Qualidade Comprovada”, que você vê reproduzida aqui embaixo, os produtos que merecem sua confiança e que foram submetidos a um exame. É sobre o Sêlo de Claudia que vamos falar. Você deve tê-lo visto em alguns produtos que compra sem saber exatamente o que significa.

O Sêlo quer dizer confiança, em primeiro lugar. Significa que o produto que você está comprando já foi experimentado e aprovado na Cozinha de Claudia, por sua Editora de cozinha, a cozinheira e um grupo de degustadores que se reúne todos os dias exclusivamente com essa finalidade: experimentar. Experimentar o gôsto, a praticidade e a aparência do produto. Os degustadores dão “notas” aos produtos, e Claudia se encarrega de fazer chegar aos fabricantes o resultado, para que possam melhorar o produto se necessário ou para autorizá-los a usar o Sêlo de Claudia na embalagem, nos anúncios e nos cartazes. Os testes são sempre feitos tendo em vista as necessidades de uma dona de casa média.

[...] Testamos os produtos como o faz a dona de casa e nosso objetivo é exatamente poupar-lhe êsse trabalho, levando-a a comprar produtos que já tenham a garantia de qualidade. Nesta nossa função de auxiliar as donas de casa, não perdemos de vista os objetivos que elas sempre têm em mente ao comprar um determinado produto: preço, praticidade, sabor e aparência. Outorgando o Sêlo de Qualidade Comprovada você tem certeza de comprar um produto garantido e ganha em mais um fator: tempo.

Os produtos eram “premiados” com esse Sêlo e por ser grafado no texto sempre em letras maiúsculas percebe-se que ele é realmente um *plus* da revista, um diferencial que além de determinar quais produtos eram adequados por funcionarem

na cozinha de Claudia, ainda demonstra que a revista mantinha contato com os fabricantes para lhe pontuarem aquilo que funcionava ou não.

Além disso, o texto é permeado pela questão da confiança e da função da revista em “auxiliar” a dona de casa em sua escolha. Nessa edição, alguns produtos traziam em sua propaganda a inscrição “certificado pelo Sêlo de Qualidade Garantida”, nas edições seguintes a ideia do certificado se mantém, mas percebe-se que gradativamente ele vai desaparecendo para dar lugar a uma ideia implícita de que se está ali anunciado, então é bom e funciona. Não é preciso mais reiterar com o certificado de que esses produtos são adequados. Na edição que analisamos, porém, Edith Eisler e Bettina Onorrico preparam algumas receitas relacionadas a alguns produtos e tecem comentários elogiosos sobre eles.

Sobre a questão da publicidade, é importante reforçar que com o passar do tempo ela acaba se incorporando ao projeto editorial da revista, a saber:

A publicidade influencia a revista não apenas no seu conteúdo, mas também no formato, especialmente na padronização da página e no uso da cor, vantagem que a revista terá sobre seus concorrentes até o advento da televisão em cores nos anos 60. Toda a dinâmica da revista de grande circulação atual já está aí presente. O leitor passa a ser visto como consumidor em potencial e o editor torna-se um especialista em grupos de consumidores (MIRA, p.79, 1997)

Mara Ferreira Rovida em seu trabalho discorda deste ponto de vista apresentado por Mira, por compreender que a publicidade não tem esse papel tão central na transformação de leitores em consumidores. Fazendo uma relação com as revistas que analisamos, percebemos, porém, uma relação “íntima” da publicidade de produtos com a diagramação de algumas matérias. Revestidas sob a forma de “receitas” culinárias, observam-se propagandas de cereais matinais, cremes e outros na edição de Claudia, por exemplo. O *chef* Laurent Suaudeau também aparece nesta edição anunciando uma marca de maionese. Compreendemos que este é um estágio inicial deste tipo de propaganda na revista, por outro lado, percebe-se que esta é uma forma comum de divulgação em que uma pessoa autorizada e reconhecida empresta sua figura para avaliar um produto e isso é bastante comum nos tipos de mídia que nos dedicamos a analisar.

Em 2010, para citarmos um caso mais recente, o *chef* brasileiro, Alex Atala, causou polêmica ao protagonizar a campanha do Caldo Knorr em potinhos. A campanha milionária, veiculada em diversas mídias, colocava o *chef* conhecido pelo seu trabalho de valorização de produtos regionais e extrema habilidade culinária enaltecendo as qualidades de um produto industrializado e que nem de longe lembra o sabor das preparações semelhantes do premiado cozinheiro. A discussão à época era de que para o público em geral isso realmente configurou um atestado de qualidade do produto (se ele usa, então é bom), por outro lado, o público gourmet e até mesmo profissionais de cozinha questionaram se esta foi uma ideia adequada.

Mesmo que este breve paralelo traçado por nós esteja em outro contexto histórico, ele se faz importante para discutirmos essa cozinha do cotidiano e que para nós é uma característica das receitas de Claudia Cozinha. Não apenas porque a empresa Knorr é uma das que aparecem no material que analisamos (Há 30 anos, como Claudia, sempre ao lado da mulher brasileira) em uma propaganda de duas páginas, mas também porque é recorrente o uso de algumas características “gourmet” para se valorar um produto ou ainda atribuir-lhe significado para além do que ele representa.

Neste sentido, a análise de conteúdo contribui para a pesquisa histórica já que pode ser pensada como uma forma de analisar as informações contidas nestas mensagens e pode se referir “à análise dos significados” de um tema específico. Relacionamos, portanto, esta metodologia aos conceitos históricos que norteiam nosso trabalho. Assim, citamos alguns pontos apresentados por Luce Giard, que se presta a um belo trabalho em *A Invenção do Cotidiano- Capítulo II*, em que analisa as “artes de nutrir”, considerando o contexto das mulheres francesas no cotidiano alimentar. Ela pontua:

Trata-se principalmente do papel (privilegiado?) das mulheres na preparação da comida do lar. Não que eu acredite numa natureza feminina imanente e estável que destinaria definitivamente as mulheres aos trabalhos domésticos, dando-lhes o monopólio da cozinha e das tarefas de organização do lar (GIARD, 1986, P.211).

Na época da publicação do livro, Giard menciona que na França, de fato se observa que a atividade cotidiana de cozinhar geralmente era relegada às mulheres. Giard pretende verificar como este trabalho, que é tarefa central na vida de muitas mulheres, pode ser pensado como uma estratégia de vida, uma administração do cotidiano e até mesmo uma questão de reconhecimento.

Neste ponto podemos relacionar algumas questões com o nosso objeto de estudo a partir de três pontos mencionados pela autora e que se fazem essenciais para entendermos essa “ritualização” dos fazeres cotidianos. O primeiro estaria ligado à valorização do cozinhar cotidiano, o segundo a transmissão de saberes e o terceiro aos ritos e gestos envolvidos nestas práticas. Buscaremos compreender estas questões a partir da análise de textos, imagens e receitas que seguem.

Na edição de número 66A de março de 1967 na matéria *Cardápios para uma semana- De segunda-feira a domingo, para que você não precise quebrar a cabeça* *nossas sugestões de cardápio*, há algumas considerações bem importantes para pensarmos a questão da valorização do ato de cozinhar, para além da obrigação cotidiana. Vemos no texto que se segue até uma “incitação” à criatividade para que esta atividade torne-se prazerosa. No caso de Claudia, percebe-se a intenção de atribuir este papel à mulher no âmbito do cotidiano, relegando esta tarefa à satisfação do marido e dos filhos.

Você, que tem que cozinhar (ou orientar a cozinheira) todos os dias, sabe bem o que é ter ou não ter imaginação para repetir sempre os mesmos pratos. O binômio arroz-feijão e as batidas variações do bife com ovo e batata frita a desesperam- e irritam profundamente a família toda- Quantas vezes você já não ouviu aquele “outra vez”?? Pode ser que ao ler estas linhas você salte em sua própria defesa argumentando “na minha casa gosto de comida simples.” Não pretendemos mesmo que seja complicada. Mas já que é preciso alimentar seu marido e seus filhos por que não fazer da cozinha uma coisa amena? Dentro dos seus limites de tempo e orçamento, é claro.

Comece a experimentar. Quem sabe fazer feijão, tem ciência para lentilhas. Haverá sempre no final do remexer e amassar, o elemento do suspense a cutucá-la. Não se pode esquecer por outro lado, que a variedade de pratos vem junto com a variedade de elementos que vem em sua confecção, proporcionando uma alimentação mais rica. Estude os menus-padrão que compusemos pra você. Dia-a-dia, os pratos para a semana inteira e almoço e jantar, com as respectivas receitas fáceis, todas. Você poderá combinar sozinha os cardápios para as muitas semanas que seguirão.

Para Giard “as práticas culinárias se situam no mais elementar da vida cotidiana, no nível mais necessário e mais desprezado” (1986, p.218) e por isso a autora sai em sua defesa enaltecendo a abnegação diária das mulheres na realização deste trabalho e salienta que a atividade exige tanta inteligência, memória e imaginação quanto as artes consideradas mais “elevadas” como a música, por exemplo. Pode ser que no contexto analisado pela autora e levando em consideração a questão do gênero esta discussão tende a apontar para uma desqualificação do trabalho feminino na cozinha em contraponto a uma valorização do trabalho masculino na cozinha.

Há autoras que defendem que neste espaço a mulher ocupa posições periféricas, enquanto o trabalho do homem como *chef* é sublinhado pelas mídias em geral. Naira Scavone e Guacira Lopes Louro, bem como Maria Inês Ghilardi-Lucena levantam a questão da representação da mulher em contraposição à representação do homem. Outro estudo que analisa a questão de Gênero e Comida, de Janine Helfst Leicht Collaço, *Cozinha doméstica e cozinha profissional: do discurso às práticas* explora a questão da desigualdade observada na divisão das tarefas entre homens e mulheres, assim como no reconhecimento de sua contribuição.

Scavone, por sua vez, que também analisa a Revista Gula buscou verificar os discursos da gastronomia brasileira levando em consideração a questão do gênero e da identidade nacional. Ela analisa a hegemonia masculina na gastronomia, desde os precursores na escrita desta história gastronômica até os lugares de poder no sistema de trabalho da cozinha.

Entendemos que esta questão é bastante importante nas discussões a respeito das práticas de cozinha e não a ignoramos. Entretanto, resolvemos não abordar o assunto do ponto de vista de gênero por acreditarmos que isso demandaria um trabalho que fugiria aos nossos objetivos e também por acreditar que esta análise sobre a hegemonia masculina na cozinha precisa ser revista. Apenas como informação, mulheres como Roberta Sudbrack, Helena Rizzo, Nadia Santini, Carme Rusalleda são classificadas nas listas de melhores chefs do mundo. Pode-se argumentar que este número ainda é pequeno, e certamente é, entretanto não se pode afirmar que não existe o reconhecimento. Não podemos falar por todas as mulheres citadas nestas linhas, mas tendemos a acreditar que a preocupação

com as técnicas, ingredientes e apresentação de seus cardápios, bem como a administração de seus estabelecimentos, vão além da questão de reconhecimento em relação à questão de gênero.

Sobre isso, as chefs Carla Pernambuco e Helena Rizzo discutem na entrevista publicada em 2012 pelo caderno Paladar de o Estado de S. Paulo na matéria *Conta outra, Escoffier<sup>7</sup> - O maior cozinheiro de século 19 não acreditava que mulheres pudessem fazer alta gastronomia. Elas querem provar o contrário. E estão só começando*". As chefs comentam esta questão e pontuam apresentando diferentes pontos de vista que já sofreram preconceito e que estão, sim, conquistando o seu lugar. Carla Pernambuco, ao encerrar a entrevista, reforça:

A cozinha é um lugar onde tudo que se produz tem um ingrediente fundamental, o amor. Sem isso, no way. Todo o resto é cenário, é o terreno onde pisamos e - se quisermos fazer a diferença - devemos conhecer muito bem. Minha geração abriu portas e algumas estavam fortemente trancadas. Cabe às novas gerações saber acrescentar, inovar e honrar essa arte que, além de nutrir o corpo, nutre a alma. Helena está correta. Não é com discursos inflamados que mudaremos alguma coisa, precisamos nos manter convictos na atitude de construir, renovar e qualificar. Estou fazendo minha parte e fico feliz e confiante em que novos talentos estejam voando nesse sentido, sejam mulheres ou homens. Porém, como estamos falando sobre a importância da mulher na cozinha profissional, um viva para essas guerreiras impecáveis que brigam pelo que acreditam (PERNAMBUCO, 2012)

É certo de que a apropriação destes fazeres e a sua posterior transmissão são diferentes dentro de uma sociedade e uma cultura, de geração a geração e de uma classe social a outra, como reforçado por Giard. Em sua análise, a transmissão de saberes se dá de diferentes formas e atendendo a objetivos específicos da

---

<sup>7</sup> A matéria se refere ao discurso feito em 1890 por Auguste Escoffier e que foi reproduzido no *Annual Report of the Universal Food and Cookery Association* em 1895 com o título "Why Men Make the Best Cooks". Entre outros pontos, Escoffier afirma que: Nas tarefas domésticas é muito difícil encontrarmos um homem se igualando ou excedendo uma mulher; mas cozinhar transcende um mero afazer doméstico, trata-se, como eu disse antes, de uma arte superior. A razão pela qual na culinária os louros são "apenas masculinos" não é difícil de encontrar. Não é porque o homem seja mais epicurista do que a mulher. Isto, mesmo que sustentado por mulheres, não é verdade. A mulher é tão fastidiosa sobre sua comida quanto o homem - o homem comum -, o que se observa no que ambos cozinham. O que acontece é que o homem é mais rigoroso no seu trabalho, e o rigor está na raiz de tudo o que é bom, como em tudo o mais. Um homem é mais atento sobre os vários detalhes que são necessários para produzir um prato verdadeiramente perfeito... Para ele, nenhum detalhe é mais importante do que outro.

cultura francesa e das mulheres ouvidas. Cada mulher podia adequar os fazeres a seu estilo e a sua forma de viver, o que torna esta atividade não estática e fixa no tempo.

Deste modo, apropriando-se do “saber-fazer” comum, cada “fada do lar” adquire finalmente um modo próprio de fazer intervir, umas sobre as outras, as sequências cronológicas e de compor, sobre temas obrigatórios, *ne varietur*, uma música de variações jamais fixas numa forma estável (GIARD, 1986, p.218).

Ainda que os registros escritos sejam fundamentais para a disseminação da cultura gastronômica no Ocidente, a participação nas tarefas cotidianas configura uma das formas mais corriqueiras nas práticas tradicionais de transmissão dos saberes culinários. Quem ensina, carrega consigo um inventário de memórias dos ingredientes, do modo de fazer, dos gestos envolvidos nesta ou outra ação. Outros sentidos, que não os aprendidos na escola, são avivados neste processo informal de ensinamento: o cheiro que sai do forno indica que o bolo está pronto, o barulho da panela indica se a preparação precisa de mais água ou não, e pelo olhar atento sabe-se a hora de sovar o pão. Além destes pontos, Giard também cita a “engenhosidade que cria artifícios” ao se referir à forma de reutilizar as sobras para dar a impressão de um novo prato e demais estratégias para lidar com o imprevisto.

Cada refeição exige a capacidade inventiva de uma miniestratégia para fazer mudança, por exemplo, quando falta um ingrediente ou não se dispõe de um utensílio próprio para uma determinada receita. E quando os amigos chegam de improviso justamente na hora do almoço ou jantar, é preciso saber improvisar sem precisar dividir, utilizando os artifícios combinatórios. Portanto, entrar na cozinha, manejar coisas comuns é pôr a inteligência a funcionar, uma inteligência sutil, cheia de nuances, de descobertas iminentes, uma inteligência leve e viva que se revele sem se dar a ver, em suma, uma inteligência bem comum (GIARD, 1986, p.220)

Estes temas postos por Giard são revisitados pelas revistas a que nos propusemos a analisar. No caso de Claudia Cozinha, quando consideramos o trabalho de Betinna Orrico e Edith Eisler, percebemos que ambas têm em comum o fato de serem conhecedoras dos pormenores da cozinha cotidiana e os seus desafios. Claro que com o desenvolvimento da revista elas passam a ter acesso a outras cozinhas, como as de restaurantes profissionais no Brasil e no mundo, mas



percebe-se na gênese da revista uma preocupação em compartilhar experiências próprias.

A partir desta contextualização, elencamos neste momento algumas interpretações a partir das leituras dos textos escolhidos na edição Comemorativa de Cozinha Claudia. O primeiro refere-se ao texto de Bettina Orrico:

*A honra de cozinhar para as leitoras de Claudia - Bettina Orrico comemora esta edição de aniversário contando sua história na Cozinha de CLAUDIA, onde pesquisa a culinária do mundo, cria receitas e coordena cada preparação que você saboreia há dezessete anos.*

Quando eu entrei em CLAUDIA, em maio de 1974, tinha a função de acompanhar fotos de culinária. Fui convocada porque entendia de cozinha e havia estudado Belas Artes . Minhas duas paixões no mesmo trabalho. Que alegria! Bem no início, me lembrava da menina que sonhava na Bahia com as fotos lindas de revistas estrangeiras e que, naquele momento, decorava páginas de uma revista nacional.

[...] Procuo dar às leitoras receitas de todos os tipos: práticas, comuns, sofisticadas e diferentes. Acho que uma pessoa que gosta de cozinhar deve conhecer tudo: ingredientes, utensílios próprios, etc. Para mim o gosto pela culinária me faz planejar uma receita com dias de antecedência. E só o ato de procurar o ingrediente já é o início do prazer, que só termina quando o prato for servido.

Para uma moça vinda de Salvador, com conhecimentos de cozinha de casa, de livros e revistas estrangeiras e de um curso de culinária na Kate White<sup>8</sup>, chegar ao meu posto é uma grande satisfação. Satisfação maior ainda em saber que estou passando para muitas pessoas uma mensagem boa de coração e fazendo escola numa nova geração de colegas de trabalho. [...] (ORRICO, 1991)

O segundo trecho é o texto Conversando com Edith- 25 anos com as leitoras de Claudia:

CLAUDIA está fazendo 30 anos, dos quais compartilhei 25. Ainda me lembro do quinto aniversário (a gente fica velha e sentimental). Eu era uma pacata dona de casa, mãe de dois filhos e, de repente, caí no mundo glamouroso de uma revista feminina.

---

<sup>8</sup> A Escola Doméstica Kate White foi criada em 1930 na Bahia por dois missionários, Maxcy Gregg White e Kate Cox White. Era voltada inicialmente para preparar as mulheres que se casariam para que estas aprendessem regras de postura e etiqueta, como aprender a colocar a mesa adequadamente e como se portar em público. Outros cursos foram introduzidos posteriormente como piano, pintura, bordado, cerâmica, arte culinária, decoração do lar, economia doméstica e outros. Apenas na década de 70 é que os homens passam a ser admitidos na escola.

[...] Lembro-me muito bem do Natal de 1965. Havia um bolo alto, apetitoso, e de repente tive a ideia de recortar um pedaço de fruta cristalizada em forma de estrela e colocar em cima do bolo. Vocês não podem imaginar o meu orgulho ao ver a minha estrela quando a revista saiu nas bancas. (EDITH, 1991)

**Os editoriais analisados procuram promover uma identificação com as leitoras-** os textos, inseridos em uma edição especial, visam a criar empatia junto das leitoras da revista, relacionando as experiências das autoras com o cotidiano de muitas mulheres. Porém, são textos mais centrados nas autoras do que necessariamente voltados para as leitoras.

**Os textos analisados fornecem informações que permitem identificá-las como normativas em relação às formas de cozinha-** Os elementos constitutivos destas informações referem-se ao entendimento das autoras de que a culinária ou a cozinha do lar podem ser compreendidas como tarefa menor, ou ainda, sem reconhecimento.

Assim consideramos:

**Elementos de identificação nos textos:** No primeiro caso, expressões como “procuro dar às leitoras receitas de todos os tipos: práticas, comuns, sofisticadas e diferentes” e “Que alegria!”. No segundo texto, a expressão “a gente fica velha”. Estas frases mostram a intenção das autoras em promover um discurso informal com a leitora, citando inclusive elementos textuais que remetem à ideia de uma conversa. Porém, nos dois textos, é grande a recorrência da fala em primeira pessoa: “quando eu”, “fui convocada”, “me lembro”, “procuro”, “para mim”, “meu posto”, “eu era”, “meu orgulho”. O que nos leva a considerar a incidência destas palavras como importantes para compreender de que forma os conteúdos são delineados na revista no período analisado.

**Normatização dos fazeres-** Esta questão fica mais evidente no primeiro texto, quando a autora pontua, “Para uma moça vinda de Salvador, com conhecimentos de cozinha de casa, de livros e revistas estrangeiras e de um curso de culinária na Kate White chegar ao meu posto é uma grande satisfação”. Esta fala nos permite identificar uma diferenciação em relação à cozinha “do lar” e a cozinha praticada pela revista.

Relacionando estes exemplos com o terceiro ponto apresentado por Giard e que diz respeito à ritualização das práticas alimentares, pontuamos: de certa forma elas se somam à transmissão dos saberes, pois representam num primeiro momento uma forma de organizar os afazeres cotidianos ligados à alimentação. Uma série de procedimentos são necessários para que se possa cozinhar ou ainda se cozinhe “certo”. Podemos citar alguns:

1. O conhecimento prévio dos ingredientes;
2. A capacidade de manipulá-los (descascar, cozinhar, porcionar, armazenar);
3. A habilidade em prepará-los (tempo, temperatura, textura, consistência);
4. Transformá-los (criar variações, adaptar).

Os cadernos de receita passados de geração a geração, cujas receitas são reproduzidas em espaços familiares, possuem sua própria forma de ritualização das práticas, sendo que a participação no processo dos fazeres é talvez a sua base fundadora, pois é preciso que nesta ritualização alguém decodifique as regras, as dissemine e as perpetue para que elas não se percam no tempo. Quando falamos em revistas voltadas a estas atividades, as compreendemos também como veículos capazes de exprimir esta ritualização ainda que sua abrangência seja mais geral, e os agentes não se definam facilmente.

Carlos Roberto Antunes dos Santos apresenta um ponto importante referindo-se ao legado dos cadernos de culinária ao longo da segunda metade do século XIX até os anos 70 do século XX.

Eles foram dirigidos especialmente para as mulheres, consideradas as rainhas do lar. Durante este período, era comum a passagem dos cadernos de mães para filhas, numa espécie de maçonaria das mulheres, segundo Gilberto Freyre. Esta forma de passagem das receitas revela a ideia de pertencimento a um grupo de “iguais” para o repasse de um conhecimento que a princípio não estaria acessível à maioria. Esta arquitetura das receitas implica em considerar a casa como um espaço de produção e criação dos pratos e até mesmo das matérias-primas, como o macarrão, o pão e tantos outros alimentos que eram produzidos no âmbito doméstico (SANTOS, 2011, p.2)

O que queremos analisar a seguir é a transmissão não formal de saberes culinários. Uma revista como *Claudia Cozinha* possui de fato uma linguagem mais informal quando se refere à cozinha. No material que analisamos, percebemos uma relação com a leitora que pode se aproximar de uma conversa, num tom de cumplicidade, conforme mencionamos anteriormente. Esta forma de se relacionar será utilizada posteriormente por programas televisivos como o caso de *A Cozinha de Ofélia*, *Palmirinha* e *Ana Maria Braga*, para citar alguns dos mais famosos. A forma de transmitir as receitas é uma marca dos programas culinários na TV e que tem como sua “grande dama” a culinária Ofélia Ramos Anunciato (1924-1998). Ofélia iniciou sua carreira divulgando receitas nos jornais *A Tribuna* (Santos) e *A Gazeta* (São Paulo). Em 1958, Ofélia estreou na TV Tupi com o primeiro programa feminino da televisão, o *Revista Feminina*. Em 68, inicia sua carreira na TV *Bandeirantes*, onde ganhou um programa que apresentou por mais de 30 anos: *A Cozinha Maravilhosa de Ofélia*.

Na edição da Revista *Gula* nº 74 de dezembro de 1998, J.A Dias Lopes presta uma homenagem a Ofélia, a “grande dama da cozinha brasileira”, que morreu em outubro de 1998. Ofélia permaneceu por mais de 40 anos na televisão, onde ajudou a divulgar e a ensinar mais de 20 mil receitas. No editorial, Dias Lopes enaltece o caráter educativo da cozinha de Ofélia:

Com esse desempenho recorde, mais os 11 livros que editou entre os quais *Cozinha Maravilhosa de Ofélia*, seu maior sucesso, conquistou um lugar de honra na cozinha brasileira. Ensinava receitas com a didática de uma grande mestra, falando pausada e claramente. “Tenho por obrigação me fazer entender, “dizia ela”. As pessoas que me ensinavam a cozinhar também pensavam assim”. Muita gente aprendeu ou se aprimorou na arte culinária com Ofélia. (LOPES, 2009, p.6)

A menção a Ofélia é bem-vinda porque ela personifica o modo de transmissão de receitas na televisão brasileira no período. Podemos ver vídeos de alguns programas em 1995 e 1997 e verificar algumas características peculiares como a vinheta de abertura, que traz a trilha sonora característica intercalando com imagens das preparações e da própria Ofélia. De forma semelhante à Revista *Claudia Cozinha*, e também por se tratar da televisão, percebe-se uma preocupação com a

apresentação dos pratos geralmente dispostos não em porções individuais, mas em travessas maiores, adornadas com flores de tomate e folhosas em geral.

Em relação às imagens de Claudia Cozinha percebe-se uma preocupação com a montagem dos pratos e com uma sofisticação das receitas. A edição que analisamos visa a apresentar receitas que “fizeram história” graças ao sucesso entre as leitoras. O texto diz:

#### 30 anos de Cozinha Experimental de Claudia

As receitas selecionadas para esta edição de aniversário dão um panorama do que você serviu em sua casa nestes 30 anos. As preparações não são as mais sofisticadas, mas sim as que marcaram época. Comemore conosco, bom apetite! (CLAUDIA COZINHA, 1991, p.4)



Figura 2



Figura 3

A capa desta edição especial traz um bolo ricamente adornado com flores, babados feitos de massa de açúcar, velas coloridas e ao lado taças de champagne. A foto 3 da mesa já posta também é adornada com um grande arranjo de flores, castiçais e velas sob uma toalha bordada, castiçais e talheres de prata, taças para vinho, água e *champagne* e a disposição de talheres à francesa.

Como se trata de uma edição que celebra os 30 anos da publicação, as receitas escolhidas são “especiais” por assim dizer e são divididas pelo ano de publicação e de acordo com a categoria: entradas, carnes, outras carnes, aves, peixes, frutos do mar, acompanhamentos, massas, sobremesas, bolo de festa. Com exceção das entradas e algumas receitas em particular, a maioria traz logo abaixo do nome da receita o vinho adequado para acompanhar a receita, não a uva ou nome do vinho, mas o desenho de uma taça indicando vinho branco, tinto ou *champagne*. Em todas, há o total calórico da preparação e quando há produção da imagem da receita, indicação dos fabricantes das louças e objetos utilizados.

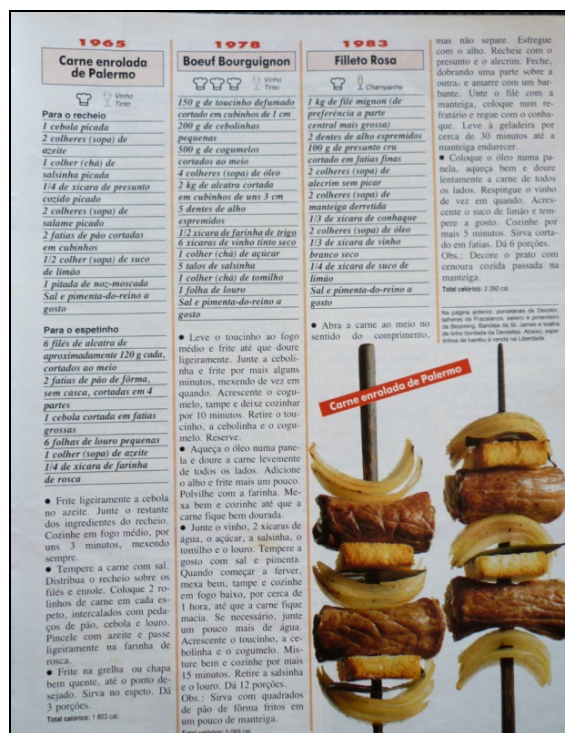


Figura 4

Para indicar a dificuldade da receita é utilizado um ícone que lembra um toque, isto é, o chapéu utilizado pelos profissionais na cozinha, assim um chapéu indica uma receita com grau de dificuldade fácil enquanto três exigem mais conhecimento. Como exemplo de receita fácil, está a entrada que foi sucesso em 1964, o *Mousse de Gorgonzola*. Um prato mediano é a preparação de 1985, o *Peito de Frango ao molho de Maracujá* e uma considerada difícil é o *Boeuf Bourguignon* de 1978.

Em geral as receitas levam ingredientes comuns e acessíveis, demandam utensílios e eletrodomésticos comumente encontrados na maioria das casas brasileiras e apresentam alguns detalhes como o tamanho das fôrmas, por exemplo.

Em algumas receitas, dicas culinárias são colocadas ao lado da receita com informações para incrementar as preparações. Dentre os elementos que destacamos, estão algumas instruções vistas nas receitas:

- Cozinhe em fogo médio, por **uns 3 minutos**, mexendo sempre- A sentença indica que este tempo não é preciso, podendo variar.



- Toucinho cortado em **cubinhos de 1 cm**- A indicação da técnica para manipulação do ingrediente não utiliza os termos profissionais da prática da cozinha ao referir-se ao tipo de corte.

- **Dá 6** porções- A referência ao rendimento da receita também é mais informal.

Interessante citar a seção “Conselhos e Segredos” que traz dicas culinárias diversas sobre utensílios e técnicas. O próprio nome já remete à ideia das práticas culinárias no âmbito do espaço privado. Esses são termos recorrentes em guias culinários ou em referências a preparações tradicionais como “o segredo do bolo da vovó”, ligados à boa forma “conselhos para uma vida mais saudável” e assim por diante. Chama a atenção de que apesar das instruções culinárias serem voltadas especialmente às práticas mais caseiras, não exigindo grandes habilidades e conhecimento, neste texto em particular há a indicação do uso de medidores para que as receitas produzidas por Claudia Cozinha possam ser executadas de maneira adequada. Além de indicar a loja que vende os utensílios, este trecho deixa implícito que mesmo que a receita seja testada é preciso que a cozinheira atente para as medidas certas para que nada saia errado.



Figura 5



No editorial desta edição, escrito por Celso Nucci, que à época era secretário editorial da Editora Abril, pretende-se traçar um breve panorama em relação à “evolução da cozinha brasileira”. Além das preparações que foram se aperfeiçoando, Nucci traz um ponto importante considerando os eletrodomésticos que passam a figurar nas cozinhas. Certamente, eles têm papel fundamental na maneira de preparação dos alimentos. Nucci começa o texto da seguinte maneira:

Há 30 anos, quando CLAUDIA publicou suas primeiras receitas- entre elas estavam o filé de peixe de peixe à dorê e o pudim de caramelo, quem se lembra?- nossas cozinhas eram de uma singeleza total. Quem tinha tudo em casa tinha um fogão muito simples, uma geladeira modesta, liquidificador e, no máximo, uma batedeira. A indústria alimentícia também engatinhava. As conservas eram primárias e pouco variadas. Aspargos e champignons em lata era o que havia de melhor e pouca gente tinha ideia do que era comê-los frescos. Queijos só o de Minas, o prato, o velho Catupiry e o Palmira. Mamão não dera ainda o ar de sua graça. Nem a poncã fora inventada. Os frangos eram mais gostosos, ciscando nos terrenos, e peru só se comia mesmo no Natal. O vinho nacional era artigo que não se podia levar a sério, quanto mais sério beber. (NUCCI, 1991, p.4)

Este trecho em particular revela um pouco do sentimento da revista, já que o editorial é por excelência o espaço em que a publicação tem o objetivo de se posicionar, quanto aos ingredientes e utensílios utilizados até então na cozinha brasileira. O texto de 1991 revela ainda um momento inicial de abertura do mercado brasileiro para produtos importados. Ao mencionar que “*Aspargos e champignons em lata era o que havia de melhor e pouca gente tinha ideia do que era comê-los frescos*”, é interessante salientar que para a maioria das pessoas não existia outra forma de consumo destes produtos senão em conserva. Apenas há pouco tempo este produtos começam a se tornar mais próximos do brasileiro, que também precisou aprender a manipulá-los.

Sobre a publicação das receitas, Nucci pontua no editorial que isto não era muito comum no Brasil e que este universo de troca das receitas estava relegado ao domínio do cotidiano e familiar. Em relação à alimentação fora do lar, o hábito de frequentar restaurantes e os cozinheiros profissionais, pontua:

Comia-se muito pouco fora naquela época. Ir a um restaurante, só com motivo forte, era uma festa. Até porque eles eram poucos. E a qualidade de suas cozinhas também era diferente, mais pesada do que a que se faz hoje, com a maioria das cozinhas banhadas em copiosos e não raro pesados molhos- hoje os bons restaurantes os fazem mais leves, praticam cozimento ao ponto, tem cardápios menores e o produto final é mais saudável. Nos restaurantes mais finos o *maître* era a estrela da casa e recebia todas as honras. O cozinheiro, coitadinho, jamais aparecia (NUCCI, 1991, p.4).

Neste trecho, podemos destacar três importantes aspectos que evidenciam uma mudança nas práticas alimentares. O primeiro diz respeito ao papel do restaurante neste contexto de mudanças, o segundo o desenvolvimento da profissionalização na cozinha (que é largamente explorado na revista *Gula*) e o terceiro o papel de coadjuvante do *chef* de cozinha em relação ao *maître*.

A questão do restaurante como atividade restrita a poucas pessoas e ocasiões é tão latente que nesta edição há uma seção intitulada “Etiqueta”, de autoria de Olga Krell, que responde perguntas e respostas de leitores sobre o comportamento “ideal” em restaurantes. São questões diversas que vão desde quem faz a reserva e em nome de quem até como se portar na hora da conta. Destacamos uma em particular:

#### **“Quantos pratos devo pedir”?**

Olga: No século XIX as refeições podiam chegar a 27 escolhas. Hoje, normalmente, a refeição se compõe de:

- Um “*hors-d’oeuvre*”- entradas como sopa ou salada.
- “*Entrée*”- prato principal e acompanhamento.
- “*Dessert*”- sobremesa, queijos, seguidos por café e licor.

Além disso, está se popularizando o sistema “*table d’hôte*”, ou menu degustação; ou seja, uma escolha de três ou mais pratos sugeridos pelo chef do restaurante por um preço único.

O que este pequeno trecho nos mostra é a importância que se atribui à maneira certa de portar-se neste contexto, de modo que o restaurante como espaço público é também palco de classificação e status social. Naturalmente que isso varia de lugar para lugar conforme a sofisticação ou ambientação do restaurante, mas

ainda assim neste período com base nesta leitura verificamos que o portar-se adequadamente neste espaço configurava um atestado de boa educação.

Já que buscamos apontar mais entrelaçamentos do que propriamente diferenças entre os veículos analisados, consideramos que este é um estágio inicial para práticas que vão ser evidenciadas na Revista Gula quase 20 anos depois, quando há textos que se dedicam a explorar os “segredos” ou ainda desvendar produtos. Ao decodificar práticas então restritas a um pequeno público, de certa forma está se ensinando como se “relacionar” com estas novidades. Vejamos a seguir mais detalhadamente as características da Revista Gula.

### 3.2 A REVISTA GULA E A VALORIZAÇÃO DAS PRÁTICAS VOLTADAS À GASTRONOMIA

A Revista Gula, que inicialmente tinha tiragem bimestral e depois torna-se mensal, surge em 1992 e após três edições “empaca”, de acordo com o relato do jornalista J.A Dias Lopes, um dos principais responsáveis pela revista por mais de 20 anos. Ele assume a revista no quarto número como diretor de redação e com a missão de “explicar” para o público brasileiro os ingredientes e produtos estrangeiros que começam a se tornar mais comuns no país. À época da publicação da revista, não havia nada nos moldes de *Gula* no país e de acordo com J.A Dias Lopes havia apenas uma revista, *Gourmet* que era pouco abrangente. Não conseguimos identificar a qual revista ele se refere, já que existiu uma revista de mesmo nome publicada nos Estados Unidos intitulada *Gourmet* que foi uma espécie de guia para outras revistas do gênero. Entretanto, Gula sob o comando de Dias Lopes tinha como público leitores que podem ser chamados de gourmets, cozinheiros amadores, chefs de cozinha, entusiastas em geral da “boa” comida, de viagens. Em uma entrevista, Lopes fala do início da revista e das dificuldades comerciais encontradas no começo da publicação:

Comprei a Gula junto com outra pessoa e fomos tocando com grandes dificuldades até o Plano Real. Aí ela decolou, porque nós abrimos o mercado. Antes, ninguém anunciava em revista de gastronomia. A Abril tinha revistas de receita, culinária pura, mas isso é outra coisa. Estou falando de revistas de gastronomia, mais especificamente de enogastronomia. (LOPES, 2009, p.3).

Podemos utilizar esta fala de J.A Dias Lopes, especificamente quando ele se refere às outras produções da Editora Abril: “tinha revistas de receita, culinária pura, mas isso é outra coisa”, em comparação à Revista Gula, que nasce na mesma editora e depois acaba tomando caminhos distintos, para buscarmos conceituar o que vem a ser a culinária e a cozinha em relação à gastronomia.

De acordo com Laura Graziela Gomes e Livia Barbosa, em sua análise do universo de mais de 900 títulos de materiais classificados como *Culinária de Papel*, ou seja, livros de cozinha e culinária encontrados no acervo da Biblioteca Nacional e que de algum modo trazem como tema principal a publicação de receitas e dicas culinárias como tema principal, é possível verificar pelo menos três princípios classificatórios no que diz respeito à nomeação deste ou outro livro enquanto manual de cozinha ou culinária.

O primeiro deles refere-se à atividade de preparação e manipulação dos alimentos a partir do emprego de categorias do tipo cozinha, culinária e gastronomia. Todas as três designam diferenciações internas, baseadas em um grau de sofisticação das técnicas e dos ingredientes utilizados nas receitas. Cozinha e culinária possuem uma dimensão mais local, regional e cotidiana, enquanto gastronomia se refere a "uma grande" cozinha internacional, de cunho universalista e cosmopolita, claramente relacionada às culinárias francesa e italiana, consideradas as duas grandes tradições gastronômicas do Ocidente. Entre os 907 livros investigados, é significativo notar que 207 têm no seu título as categorias "cozinha/cozinando", ao passo que "culinária" surge em 87 (GOMES, BARBOSA, 2004, p. 4).

Dolores Freixa e Guta Chaves no livro *Gastronomia no Brasil e no mundo* compreendem que culinária e cozinha são sinônimos:

Ambos os termos se referem ao conjunto de utensílios, ingredientes e pratos característicos de um país ou de determinada região. Por exemplo: a cataplana, um utensílio para cozinhar alimentos típicos do Algarve (Portugal) e o bacalhau assumem as mais variadas receitas neste país, em

Minas Gerais, a panela de pedra é usada há séculos para preparar pratos cozidos, e entre os pratos típicos da culinária brasileira estão a feijoada e o churrasco. Cozinha e culinária dizem respeito também à arte de preparar os alimentos e às práticas e técnicas usadas para esse fim. Por exemplo: quando nos referimos à “cozinha de vanguarda de Ferran Adrià estamos falando tanto do estilo de sua arte quanto das técnicas que ele emprega (FREIXA, CHAVES, 2009, p.21).

Nas palavras das autoras, a gastronomia estaria ligada ao prazer de comer. A uma valorização de produtos, dedicação a aprender mais sobre técnicas, *chefs* e preparo. Além desta conceituação é pertinente salientar que gastronomia refere-se também a um conjunto de serviços e técnicas que visam a oferecer ao comensal uma experiência alimentar que vai além do ato de nutrir-se, da obrigação cotidiana de cozinhar. Está mais ligada à alimentação como celebração dos “prazeres”, conhecimento, refinamento, pertencimento a um grupo.

A enogastronomia citada por J.A Dias Lopes é uma extensão da gastronomia que compreende o serviço e também o aprendizado da seleção de vinhos para serem harmonizados com pratos a partir das características gustativas da bebida e dos ingredientes das preparações. Não é de nosso interesse alongarmo-nos nesta questão, mas certamente a harmonização de vinhos com o alimento não é uma novidade na história da gastronomia, nas palavras do jornalista, a revista Gula é uma das primeiras a investir neste tipo de conteúdo de forma mais efetiva no Brasil.

Ao se referir aos fatores que contribuíram para o crescimento do jornalismo gastronômico no Brasil, Lopes pontua que se trata de uma necessidade do jornalismo acompanhar aquilo que está acontecendo e que em relação à gastronomia “nada” acontecia no país antes da abertura das importações, ocorrida no final da década de 80.

O jornalismo cobre as coisas que estão acontecendo. Se as coisas não acontecem, não tem o que fazer. E não acontecia nada em gastronomia até a abertura das importações. As pessoas também passaram a viajar e a conhecer coisas lá fora. Uma faixa da população começou a entender que comer bem não é só glamour, é cultura, viver com qualidade. E aí, vários fenômenos aconteceram como a chegada dos franceses. Uma revoada chegou ao final da década de 1980 no Rio de Janeiro e em São Paulo e abre restaurantes. Foi uma revolução (LOPES, 1992, p. 3)

Trata-se de uma afirmação no mínimo “exagerada”, pois como podemos ver a seguir, a própria revista apresenta em 1999 uma matéria que traça os 100 anos da gastronomia no Brasil, logo, não se pode afirmar que nada acontecia no setor já que a abertura às importações data do começo de 1990 e há pelo menos 100 anos já existiam restaurantes e a gastronomia no país.

Segundo André Filipe Z de Azevedo e Marcelo S. Portugal no artigo *Abertura Comercial Brasileira e Instabilidade da Demanda de Importações* sobre o processo de abertura para as importações no período:

Em 1988 foram adotadas as primeiras medidas neste sentido, com a redução de alíquotas de importação e a adoção de medidas tópicas restringindo determinadas barreiras não -tarifárias. No entanto, a consolidação desta nova tendência cristalizou-se somente nos primeiros anos da década de 1990, com a eliminação da maior parte das restrições não-tarifárias e o estabelecimento de um cronograma de redução das alíquotas de importação. Com o lançamento do Plano Real, a abertura entrou em uma nova fase, com avanços e recuos ditados pela necessidade do controle de preços. De fato, são estas três fases distintas que constituem o processo recente de liberalização das importações brasileiras. (AZEVEDO, PORTUGAL, 1998, pp 37-63).

Na revista Gula de 1999, na edição de número 86, a jornalista Guta Chaves faz uma matéria especial em que traça os 100 anos da gastronomia no Brasil apresentando pratos e estabelecimentos emblemáticos que “marcaram época” no país e ajudaram a consolidar o setor. Ela apresenta pratos como o Filet De Moraes inspirado no prato francês *Filet Chateaubriand*, que foi criado por Salvador Domingos Moraes, do restaurante Moraes, em 1914. Inicialmente com o nome de Esplanadinha, levava ao invés do molho madeira e champignon, agrião e alho crocante. O prato até a publicação desta edição ainda fazia sucesso entre os clientes. Além deste há outros em destaque, mas o que nos chama a atenção é a menção a produtos e empresas que acabam chegando ou sendo lançados no país e que eram novidades, como as primeiras padarias em 1915, as casas de chá como a Confeitaria Colombo, no Rio, e o chá da casa Mappin em São Paulo, o lançamento em 1938 do bombom Sonho de Valsa pela Lacta e outros produtos. Nos anos 90, porém, é que se percebe a mudança fundamental deste mercado no país.

Em nenhuma outra década a gastronomia brasileira mudou tanto. A abertura das importações, ocorrida no governo de Fernando Collor, traz ingredientes, bebidas e utensílios que revolucionaram concepções e padrões nacionais. Salmão, foie gras, arroz selvagem, mozzarella de búfala,

aceto balsâmico e endívias são alguns dos ingredientes importados que se tornam acessíveis. Chegam ao Brasil equipamentos de cozinha de última geração- fogões, fornos e refrigeradores americanos, alemães e italianos- que facilitam a preparação dos alimentos e melhoram o resultado das receitas (CHAVES, 1999, p. 4)

De acordo com a matéria, produtos que até então não estavam disponíveis como as massas de grano duro, o arroz tipo italiano, cafés especiais e outros ingredientes passam a ser mais facilmente encontrados no Brasil, além de profissões como *sommelier* e *chef* de cozinha passam a adquirir certa notoriedade no país.

A Revista *Gula* emerge neste contexto de desenvolvimento de uma cultura gastronômica no Brasil especialmente evidenciado pelas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, que são comumente contempladas pela revista. É natural, porém, que ela contribua para disseminar esta cultura, uma vez que é distribuída para as principais cidades do Brasil, como Curitiba.

Na edição nº 6 de junho de 1992, a segunda após J.A Dias Lopes ter se encarregado da revista a matéria de destaque é “*Deliciosa Majestade: aprenda a preparar corretamente a nobre carne do faisão*”. As outras matérias trazem os pratos clássicos russos como os blinis com caviar, uma matéria que faz uma relação temática com as Olimpíadas que aconteciam em Barcelona e o vinho tinto Barca Velha.



Figura 6

A imagem que ilustra a matéria principal é do faisão assado em uma mesa adornado em uma bandeja de prata, com uvas, damascos e uma tesoura de cozinha disposta do lado esquerdo. Penas de faisão estão decorando a ave. Importante mencionar a análise de Barthes quando ele se refere à intenção das imagens de alimento produzidas pela revista *Elle* em “mascarar” os alimentos e destituí-los de sua forma original para que se tornem mais aceitáveis ao grande público. Nesta matéria, são fornecidas instruções para o preparo da ave, bem como informações históricas sobre a preparação. Em relação aos ingredientes, há pouca diferença entre as receitas vistas em *Claudia*, porém, neste caso, a receita demanda um pouco mais de conhecimento ao citar **500 ml de caldo quente de galinha (preparado previamente)**. Para um leigo, este caldo é aquele encontrado em tabletes no supermercado e dissolvido em água. Na receita não fica explícito se é este produto ou o caldo de frango preparado com aparas da ave, mix de legumes e um aromático chamado *bouquet garni*, um amarrado de temperos que confere sabor e aroma ao caldo. Só o preparo deste caldo demanda 40 minutos de trabalho. Logo, não poderia ser executado de maneira rápida.

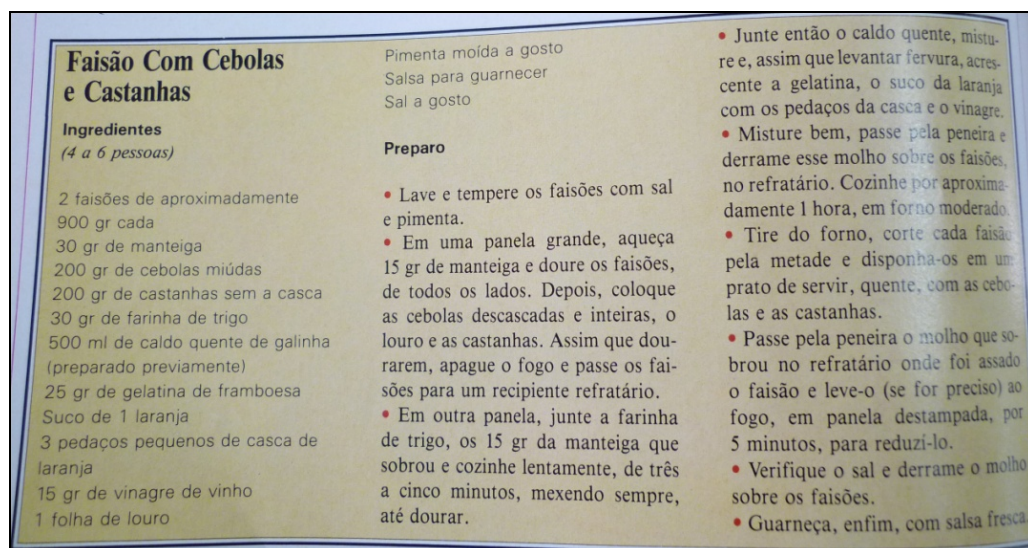


Figura 7

No editorial Faisão, sabor e fantasia, Lopes traz informações sobre a matéria de destaque:



Gostou do faisão da capa? Pois saiba que oferecemos nesta edição três maneiras de prepará-lo. Em todas elas, o mesmo princípio básico. Terminada a caça, a ave deve ser pendurada por três dias. Para que, ao ser saboreada mereça o título milenar de “O Rei da Caça à mesa.” O título vem desde a Roma Antiga, quando o general Lucullo introduziu no ocidente a ave que ajudaria a torná-lo mais famoso como guloso do que pelos triunfos militares.

Nesta edição já se percebe a intenção da revista em resgatar preparações mais sofisticadas que exigem, além de conhecimento prévio sobre os ingredientes, também outras habilidades que não são demandas na revista Claudia, por exemplo. Como a necessidade de “caçar” a ave para citar uma. Além disso, a questão de conteúdo é mais valorizada. J.A Dias Lopes sempre teve uma preocupação em trazer para a revista a história da gastronomia relacionada às receitas clássicas, os pratos preferidos das personalidades, pratos típicos e outros. Nos títulos que analisamos também é bastante comum e recorrente o uso de palavras que enaltecem a necessidade de precisão ao executar as receitas: aprenda a preparar corretamente, saiba como combinar, descubra as melhores receitas e, assim, por diante.

Já na edição que comemora o primeiro aniversário da Revista Gula (edição nº 12 de jun/jul 1993) percebemos o destaque dado aos chefs de cozinha. A capa traz a seguinte manchete: *Receitas de Grandes Chefs para Você Comemorar Conosco* e como ilustração uma foto mais “moderna” de uma receita intitulada *L’Ambroisie de La Fête*, de Laurent Suaudeau. Duas considerações: esta prática de colocar o título da preparação na capa se tornará um traço da revista, que desenvolverá isto nas outras edições. E esta receita e outras preparadas para celebrar o aniversário da revista estão reservadas em uma seção chamada “Cozinha Fácil”. Pelo menos nesta edição em particular o nome da receita não vem traduzido, sendo utilizado o nome original para identificá-la. No editorial, Dias Lopes apresenta o cenário da Revista após um ano de seu lançamento salientando inclusive que os anunciantes também a reconhecem como espaço confiável (e rentável) de divulgação de seus produtos.

Esta edição comemora o primeiro aniversário da TRAD, a editora de Gula. Com ela a revista chega ao número 12. A comemoração, portanto, é dupla. GULA, é hoje, uma revista que aparece bimestralmente, nas melhores bancas do Brasil. Além disso, começa a circular em Portugal. Suas vendas crescem a cada edição. Grandes, médios e pequenos anunciantes já descobriram GULA e reconheceram o prestígio da revista junto ao público a que se destina: o homem ou a mulher de classe A que adora comer e beber bem, que lê os textos de GULA como se fossem relatos de incursões ao

paraíso- alguns deles realmente são- que vibra e se delicia com suas receitas. (LOPES, 1993, p.8)

Por se tratar de uma edição comemorativa, a edição então se dedica a “presentear” os leitores com as receitas dos chefs. Além disso, nesta edição há uma matéria dedicada ao ingrediente *foie gras*. “Os brasileiros já têm acesso ao autêntico *foie gras*, íntegro e fresco, produzido no país, e não apenas ao produto importado, habitualmente enlatado”.

O índice nesta edição já se apresenta de forma diferente em relação há um ano. Há mais imagens, produzidas ou de acervo, com as páginas e as respectivas matérias no caso dos destaques. O índice que traz as seções fixas e o expediente da revista descreve detalhes da capa e a sequência das seções como: **Gulodices**, que explora as novidades, as curiosidades e personalidades do mundo da gastronomia; **Adega** em que os jornalistas elencam cinco “bons vinhos”; **Cozinha Histórica**, que nesta edição traz os hábitos alimentares de Claude Monet, e outras.

A edição de aniversário de 5 anos da revista de junho de 1997 (nº 56) traz como destaque da capa “Os papos-de-anjo de Vinicius de Moraes”, porém destaca também como feito na edição comemorativa de 93, pratos preparados por chefs para celebrar a data. Nesta ocasião, porém, são seis chefs emergentes que “põem a mesa do aniversário de Gula”. Em uma capa mais “clean” do que as edições anteriores, o destaque na imagem da capa é o doce preferido do poeta e compositor brasileiro. O índice nesta edição passou por uma reformulação e está mais organizado em relação à edição de 93. As imagens não estão mais espalhadas pelas páginas, mas concentram-se na parte superior ilustrando os destaques.



Figura 8



Figura 9



Figura 10



Figura 11

...lhe propôs o posto de chef-de-cuisine do Hôtel de Paris, em Mônaco, em 1996, quando foi escolhido como a direção do restaurant-cuisine XV. Três anos depois, em 1999, tornou-se o primeiro restaurante de hotel a ser recompensado com estrelas. Situado num palácio construído em 1864, possui um salão no estilo de Versailles. Completam o menu exuberante pratos com ingredientes nobres e de uma cozinha de vanguarda, como escabiches, crustáceos e a receita de risotto mantidos no bouillon de carne e tartufas que oferecemos nesta edição. Nas sobremesas, há lugar para a tradição e para outras à base de chocolate. No jantar, o menu gourmet da casa chega aos 120 reais. A cave, digna dos melhores, abriga mais de 1000 garrafas.

**Alain Ducasse**

...hechimento a Ducasse chegou em 1996, quando foi escolhido para assumir o cobalço de chef de cozinha também craque Joel Robuchon, em Paris. Em 1997, o restaurante recebeu os três estrelas Michelin 1997. Em seguida tirou-lhe uma das estrelas Michelin em Mônaco. O Michelin teve de reconhecer a "Criação não existe", diz o guia, referindo-se à eventual de Ducasse em vários lugares. O guia precisou, no ano seguinte, reconhecer que, no caso de Ducasse, a criação resolveu-lhe a criação. Ao mesmo tempo...



**Linguado em tiras, champignons de Paris e molho ao Château Chalon**

**INGREDIENTES**

**PARA OS LEGUMES**

- 250 ml de caldo de peixe preparado com a espina e as apuras do linguado
- 30 g de cebolas cortadas em cubos
- 30 g de cenouras cortadas em cubos
- 30 g de talos de salicão cortados em cubos
- 30 g de champignons de Paris cortados em cubos
- 80 ml de vinho Château Chalon no jeiro
- 30 g de manteiga fresca
- Pimenta em grão a gosto
- Sai e pimenta-do-reino moída na hora a gosto

**PARA O LINGUADO**

- 500 g de linguado
- 250 g de champignons de Paris
- 30 g de manteiga fresca
- 30 ml de vinho Château Chalon no jeiro
- Caldo do cozimento dos legumes
- Suco de limão a gosto

**DESCRIÇÃO**

Capes (parcini) cozidos ou grelhados

Alapures frescos

Salsinha frita em óleo quente

**PREPARO**

**dos LEGUMES**

- Numa panela, refogue a cebola, a cenoura e o salicão em 20 g de manteiga aquecida. Adicione os champignons e o vinho. Espere evaporar e junte o caldo. Tempere com sal e pimenta, espere levantar fervura e deixe no fogo por alguns minutos para que os legumes cozinhem.
- Escorra-os e reserve o caldo. Retorne os legumes ao fogo e misture a manteiga restante.

**DO LINGUADO**

- Corte o linguado em filetes e depois em tiras, como se fossem rolinhos (calcule cinco tiras por pessoa).
- Seccione levemente a cabe-

**ALAIN DUCASSE**  
*requinte parisienne*

- Passe os champignons em metade da manteiga quente, tempere com suco de limão e cozinhe rapidamente em fogo baixo.
- Esquente uma frigideira, coloque a manteiga que sobrou e, quando espumar, junte as tiras de linguado, cuidando para não dourarem. Acrescente o vinho, os champignons e o caldo do cozimento dos legumes, que estava reservado. Tempere com sal e pimenta.

**MONTAGEM**

- Coloque os legumes nos pratos e, por cima, disponha o linguado com os champignons.
- Sirva com o molho do linguado.

Figura 12

O formato da revista *Gula* é bastante parecido com as demais revistas de gastronomia no mundo. Basicamente, trazem regularmente uma imagem que remete à preparação de destaque e um tema especial, bem como personalidades, guia de vinhos, iguarias, viagens, restaurantes, tendências. No caso das revistas *Gula* que analisamos é muito comum a referência às receitas “de alguém importante”: o risoto do Fasano, os papos de anjo de Vinicius de Moraes, as receitas de Claude Troisgros e assim por diante. É recorrente esta atribuição de valor aos pratos das personalidades. Por vezes, mesclam-se a elas histórias de personagens históricos e as suas relações com a alimentação.

Diferente da preparação do faisão, nesta receita do chef Alain Ducasse (figura 12) são apresentados ingredientes e técnicas que demandam um conhecimento bastante específico. Não é qualquer cozinheiro que saberá identificar os nomes dos ingredientes e das técnicas e tampouco realizar a receita à perfeição. Dessa forma, devemos compreender que a matéria é voltada para o comensal que por ventura já



conhece o trabalho do renomado chef e deseja reproduzir um de seus pratos em casa ou para o gourmet e cozinheiro ocasional que detém conhecimentos prévios sobre este tipo de preparação. É interessante mencionar também a capa da revista. Ducasse surge trajado com o tradicional uniforme dos cozinheiros, ao lado direito, sorrindo discretamente. A foto não nos deixa identificar o local em que ele se encontra, mas imagina-se que esteja em um de seus restaurantes. Esta imagem é neutra, mas representativa, porque dialoga com o texto de destaque “o melhor chef do mundo”. Quem não vai querer saber dos segredos das receitas que o tornam um símbolo de excelência?

Já a revista Gula nº 176 de junho de 2007 celebra os 15 anos da publicação e traz como imagem de destaque na capa um Bolo Crocante de Avelã do Buffet Fasano. Chama à atenção a imagem apetitosa do bolo em questão.



Figura 13



Figura 14

Nesta edição, não são os chefs que cozinham para celebrar a data comemorativa, mas personalidades brasileiras, como Adriane Galisteu, Ana Maria Braga, Washington Olivetto e outras personalidades que recordam pratos de edições anteriores da revista e que para eles marcaram época. Nesta capa, há além dos destaques, o convite para a inscrição no prêmio Gula/Brastemp 2007- Chef Revelação. Tanto a capa quanto o miolo da revista passaram por importantes mudanças na diagramação que a deixaram com um visual mais *clean* e menos poluído. No editorial desta edição, diferente das outras analisadas, vemos uma foto que traz a equipe responsável pela revista e o editor J.A Dias Lopes. Na comemoração deste ano, o editor reforça “o orgulho da equipe de GULA em trabalhar numa revista que acompanhou e contribuiu para a extraordinária evolução da cozinha brasileira nos últimos 15 anos.”

No texto que ilustra a matéria de aniversário, são apresentados alguns elementos importantes que definem a revista *Gula*. Vamos transcrever alguns trechos e em seguida analisar estes pontos:

Aniversários envolvem rituais pra lá de conhecidos. No Ocidente, quando alguém faz anos, habitualmente recebe presentes em sinal de apreço e votos de felicidades.

*Gula* decidiu fazer diferente. Ao completar 15 anos de circulação regular, fato incomum no mercado brasileiro, pois nenhuma outra revista gastronômica viveu tanto entre nós, oferece, ela mesma, o melhor agrado que os leitores poderiam desejar: uma seleção das receitas feitas por 15 personalidades de diversas áreas de atuação- artistas, médicos, publicitários. [...]

[...] Para a equipe de *Gula*, festejar este aniversário tem sabor de vitória. Nossa publicação se consolidou há tempos na liderança do mercado a ponto de ser premiada pelo jornal *Meio & Mensagem*, no início do ano, como um dos veículos mais admirados no Brasil e o primeiro em gastronomia. “Gula é um veículo de informação e cultura da mesa e do corpo”, costuma afirmar o diretor de redação, J.A Dias Lopes. “Mas suas receitas são muito importantes. Ilustram uma reportagem, uma ideia, dão prazer visual e gustativo”. Não por acaso, a revista também é lida por quem gosta de testar pratos, freqüentar templos da boa gastronomia, aprender novas e antigas técnicas com os melhores chefs em atuação no Brasil e no mundo.

Às vozes, felizmente minoritárias, que vez por outra se levantam contra o prazer da boa mesa e do copo, ponderando a discutível existência de outros assuntos mais urgentes, *Gula*, responde com o provérbio basco que reescreveu e tomou como slogan “Comer bem é a melhor vingança” [...] (LOPES, 2007, p.8)

**O texto apresenta elementos que tornam a revista distintiva em relação a outras publicações-** Expressões utilizadas no texto como “pois nenhuma outra revista”, “nossa publicação se consolidou há tempos”, “o primeiro em gastronomia e “a ponto de ser premiado“ evidenciam a importância dada ao pioneirismo da revista e o reconhecimento do mercado editorial conferido à publicação.

**O texto analisado fornece informações que situam a alimentação no âmbito estético, conferindo caráter elitista à prática alimentar-** Nas expressões: “Gula é um veículo de informação e cultura da mesa e do corpo”, “Não por acaso, a revista também é lida por quem gosta de testar pratos, frequentar templos da boa gastronomia” e “Às vozes, felizmente minoritárias, que vez por outra se levantam contra o prazer da boa mesa e do copo, ponderando a discutível existência de outros assuntos mais urgentes” revelam o entendimento da alimentação para além das questões sociais, situando o alimento enquanto prazer e sinônimo de status.

Assim consideramos:



Compreendendo todas as características editoriais da Revista Gula que a situam como pioneira no segmento de revistas de gastronomia no Brasil, analisamos para além destes pontos os elementos distintivos evidenciados no trecho acima. Para *Gula* e, por conseguinte para seus leitores, esta relação com a “boa mesa” pode ser analisada a partir da ideia de um culto às personalidades da cozinha, aos alimentos “consagrados” internacionalmente, aos vinhos degustados por *experts*. A incursão a este “rito gastronômico” é guiada por *Gula* que direciona o consumidor gourmet pelos caminhos “sagrados” da boa alimentação. É recorrente o uso de expressões que façam menção ao universo religioso tais como, “aos templos da boa mesa” ou “o paraíso gourmet”. De forma simbólica, é como se as preocupações da vida terrena pudessem ser sublimadas pelos prazeres da mesa.

Finalmente, a última edição analisada é a revista nº 206 de abril de 2010 que destaca “*As rapidinhas de Claude Troisgros- Chef ensina receitas fáceis com jeito de alta gastronomia*”, em que o chef francês que também se destaca na televisão por meio do programa Que Maravilha, do GNT, revela algumas receitas criadas em seu restaurante no Rio de Janeiro, o *Olympe*, que tem como foco a valorização de produtos brasileiros a partir das técnicas francesas. Nesta edição também reformulada reduziram-se as seções, o índice aparece mais enxuto e apenas uma imagem ilustra a página. Na seção Arsenal do Cozinheiro, que aparece em outras edições há imagens, valores e uma breve descrição de produtos como balanças, sopeiras e cafeteiras italianas, para citar alguns exemplos.

Debruçaremos-nos sobre alguns elementos desta edição a seguir.



Figura 15



Figura 16

O chef francês radicado no Brasil Claude Troisgros é o destaque da última revista *Gula* que analisamos. Troisgros é herdeiro da tradição culinária do pai Pierre Troisgros, um dos precursores da *nouvelle cuisine* na França, movimento gastronômico que rompe com alguns preceitos da cozinha clássica reinventando

preparações, introduzindo novos ingredientes, e, além disso, primando apelo estético e sensorial.

Para além de sua tradicional figura na gastronomia, o chef Claude Troisgros tornou-se bastante conhecido na televisão paga com programas de gastronomia e vinhos, e posteriormente, como simpático avaliador de cozinheiros amadores. **A figura 16** é o anúncio publicitário de seu programa “Que Maravilha” uma espécie de reality show em que cozinheiros devem reproduzir as receitas do chef em suas casas. O anúncio está na mesma edição da revista que destaca o trabalho do chef.

O que diferencia esta edição da revista com as demais analisadas é a uma aproximação maior com o leitor. Pode ser graças ao carismático chef ou porque a revista encontra-se num momento em que a gastronomia não precisa mais ser tão “explicada” como nas primeiras edições da revista. Esta necessidade de apresentar a gastronomia para um público que até então não tinha acesso a este tipo de conteúdo no Brasil é o que move a revista no início e, com o tempo, a partir da emergência de outras mídias e outros públicos interessados no assunto, percebe-se a introdução de elementos mais “populares” por assim dizer, como nesta edição que destaca “receitas fáceis” da alta gastronomia e cita a “moda” dos kebabs, tradicional lanche encontrado a preços bastante acessíveis.

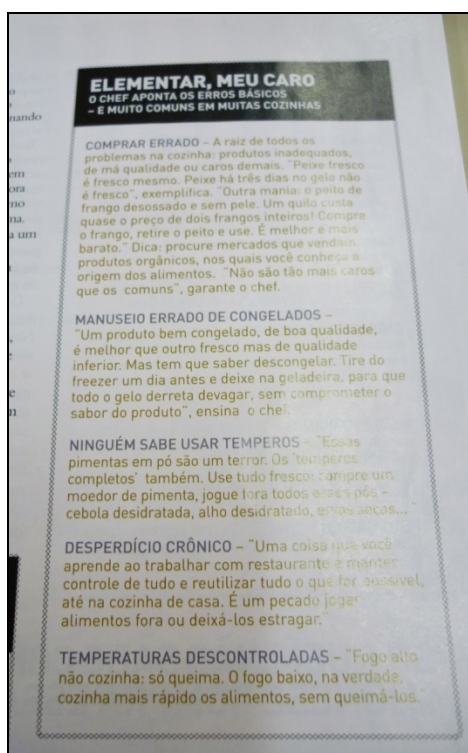


Figura 17



Figura 18

Ainda que as receitas do chef sejam bastante sofisticadas para o público em geral, nesta matéria há uma espécie de “decodificação” de alguns tópicos apresentados no programa televisivo estrelado por Troisgros. Na televisão, ao apresentar a receita, diversos elementos contribuem para que ela seja mais didática visualmente, enquanto na revista, estes elementos foram transcritos para auxiliar os leitores. A sofisticação neste caso não é marcada pelos ingredientes caros, mas sim, pelo destaque dado a saber como manipular adequadamente carnes, temperos, legumes e outros.

De todas as edições de *Gula* que tivemos a oportunidade de analisar (foram mais de 180 edições) notamos que a revista também precisou se adequar para não perder seu público e também conquistar outros. Nos últimos anos, observamos que algumas seções foram suprimidas ou se extinguíram como aquelas que tratavam de charutos e drinques. Percebe-se que a mudança de editores em julho de 2000 (nº93)- Ricardo Castilho que substituiu J.A Dias Lopes mantinha uma seção na Revista Playboy sobre bebidas e restaurantes e assume a revista *Gula*- também influenciou o direcionamento de alguns temas com maior ênfase à “culinária” e os

vinhos e nem tanto em conteúdos gastronômicos como a linha editorial iniciada por J.A Dias Lopes.

Além desta questão, devemos pontuar que a revista de fato é responsável pela divulgação de chefs proeminentes e reconhecimento de profissionais que figuram no mercado, não sem incorrer muitas vezes em adjetivos como “o chef mais brilhante do mundo”, “o banquete do milênio” e assim por diante. Este ponto revela o destacado papel do veículo em criar representações e legitimar discursos. Estas referências se tornam mais comuns a partir do final dos anos 90 e começo dos anos 2000. Neste período pelo menos nove capas trazem como destaque o trabalho de chefs nacionais e internacionais. Merece destaque a edição nº 89 de março de 2000 com Alex Atala na capa. “Alex Atala- Um chef brasileiro chega ao estrelato”. J.A Dias Lopes, que havia retornado a edição da revista, refere-se a Atala como “um dos melhores cozinheiros nascidos no Brasil” apresentando ao público preparações que o tornaram reconhecido.

Neste período, começo dos anos 2000, a revista que sempre teve a preocupação de harmonizar o vinho com as receitas, dedica-se a preparar guias para que o leitor possa desenvolver este conhecimento com dicas mais práticas. Se pudermos ensaiar algumas considerações a respeito deste ponto é que se a revista que nasceu na década de 90 começa com a intenção de apresentar alguns produtos, entre eles os vinhos importados, que até então eram novidade no país, nos anos 2000 este tipo de produto já está mais acessível ao grande público e é preciso repensar a forma de abordar a temática.

Além disso, o público da revista acaba se diversificando já que há uma valorização do trabalho do chef por parte das mídias e do que é relacionado ao universo da gastronomia. Os chefs estão na televisão, o comensal urbano e os jornalistas passam a divulgar de forma mais efetiva as suas experiências, que vão desde a análise de produtos e restaurantes, como a criação de confrarias que se dedicam a degustar cervejas, vinhos e outros produtos. Em relação à valorização de produtos, classificando-os entre gourmets e “os outros”, citamos o trabalho *Dinâmica Comportamental dos Consumidores de Café: um fator gerador de ações mercadológicas* de Luiz Henrique de Barros Villas Boas e outros autores, que analisam um engenhoso sistema de produção de conteúdos que contribuem para o consumo de café.

O café é um produto consumido tanto pelo público “leigo” ou convencional por assim dizer, e um público “gourmet”, que valoriza outras qualidades além do preço em um produto. Para exemplificarmos melhor, podemos pensar nas cervejas artesanais, para citar um exemplo bem atual. Em ambos os casos, considerando a produção de discursos tanto mercadológicos quanto simbólicos os produtos não significam a mesma coisa. Alguém poderá dizer: a cerveja boa é a que posso pagar, enquanto o outro acredita que a cerveja boa é aquela produzida de forma artesanal e que custa mais por isso. Mas o que torna alguém um “conhecedor” destas qualidades? Qualquer pessoa saberá reconhecer um café gourmet de outro não gourmet? As revistas e também a televisão contribuem para reforçar esta “especialização do paladar” por meio das matérias e programas televisivos. Em meio a essa onda de “burocratização” do gosto surgem grupos contrários defendendo uma volta à comida simples ou “sem afetação”. Dirá o outro: “não precisa ser gourmet, precisa ser bom” em defesa de uma refeição simples a um preço justo. Defenderá em um manifesto compartilhado na internet e que se torna um “Guia da Comida Ogra”<sup>9</sup> em que as frescuras dos gourmets sejam substituídas pela tradição, simplicidade e porções generosas.

Além do exposto, o reconhecimento dos chefs de cozinha pelas mídias em geral fez surgir cursos especializados na área que vão desde cursos ocasionais até cursos superiores que conferem título de graduação. Em uma matéria publicada em março de 2013, a jornalista Isadora Rupp apresenta algumas informações referentes a esta questão e procura debater como uma atividade árdua adquiriu “charme” nos últimos no país. Não há nada, ou pelo menos é pouco, o glamour obtido em uma cozinha profissional. Sem contar que os jovens formados iniciarão suas carreiras em posições pouco criativas e repetitivas em alguns casos. A jornada de trabalho também não é das mais convidativas. Dependendo do cargo, a pessoa pode passar até 14h em pé, no calor, trabalhando sob grande pressão. Rupp apresenta o aspecto mercadológico do crescimento deste segmento profissional:

---

<sup>9</sup> O Guia da Comida Ogra (2013) é um livro publicado pelo jornalista da Folha de S. Paulo André Barcinski, e surgiu de observações bem humoradas a respeito da supervalorização da comida gourmet dos restaurantes elitizados e altos preços. Barcinski lista algumas qualidades dos estabelecimentos “ogro” como a experiência dos garçons, a quantidade de comida, custo-benefício, entre outros.

O mercado, logicamente, contribuiu para o boom de cozinheiros: só em 2012, de acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), o setor movimentou R\$ 100 bilhões, e já emprega mais gente do que a construção civil. A inclusão do curso de gastronomia no hall de tecnológicos (superior) pelo Ministério da Educação há pouco mais de cinco anos, também ajudou no salto, diz o coordenador do curso de Gastronomia do Centro Tecnológico Positivo, Dario Paixão. “O MEC vislumbrou que o país precisaria dessa mão de obra, já que o setor de hospitalidade cresce no país por conta da Copa do Mundo e das Olimpíadas. (RUPP, 2013, p.6)

Se a profissão é tão difícil porque ela ainda atrai tanta gente? Claro que não temos uma resposta para isso, mas o saber cozinhar é amplamente explorado como uma qualidade a ser desenvolvida. Certamente que as revistas que analisamos, especialmente Gula, defendem que cozinhar bem é uma qualidade e bem significa neste contexto ter entendimento sobre técnicas e produtos, conhecer os chefs, saber harmonizar preparações, cozinhar para os amigos. Há, porém que haver o reconhecimento social desta habilidade, o que nos leva à nossa próxima discussão sobre o cozinhar no espaço público e privado.

### 3.3 A LINGUAGEM DA COZINHA: UMA ANÁLISE SOBRE A IDENTIDADE ALIMENTAR NOS ESPAÇOS PÚBLICOS E PRIVADOS

Emprestamos o conceito de linguagem da cozinha proposto por Massimo Montanari para falarmos sobre a identidade alimentar no âmbito do espaço público e do privado. Para o autor, a cozinha é dotada de linguagens e códigos que permitem inserir os seus elementos em uma classificação semelhante à linguagem em que verificamos apropriações, usos e mudanças. Mencionamos também o trabalho de Laura Graziela Gomes e Lívia Barbosa no artigo *Culinária de Papel*, que foi apresentado no Seminário Gastronomia em Gilberto Freyre, em 2003, no Recife. Partindo de um conceito de Roland Barthes na obra “O sistema da moda” (1979) sobre o que o autor chama de a regra dos “três vestuários”, o vestuário-imagem, o vestuário escrito e o vestuário real, as autoras partem então para uma análise da culinária de papel, ou seja, todo aquele registro impresso sobre a arte de cozinhar e relativo às diferentes cozinhas e culinárias.

Apesar de as autoras considerarem um vasto universo de publicações como seus objetos de pesquisa, é interessante salientar que o universo escrito da culinária à época da publicação do artigo ainda não havia sido devidamente explorado pelos pesquisadores de alimentação. Além disso, e aqui fazemos uma relação com nossos objetivos, está o ponto de que essas publicações, ou a “culinária de papel”, foram fundamentais para uma disseminação da gastronomia no Ocidente conforme proposto pelas autoras.

Estamos partindo do seguinte pressuposto: embora essa modalidade de cozinha mantenha uma relação íntima com a "culinária real" ou habitual (aquela praticada cotidianamente por toda e qualquer sociedade), a "culinária de papel" não pretende pura e simplesmente reproduzi-la. Ao registrá-la, documentá-la e publicá-la sob várias formas, a culinária de papel acaba por transformar, muitas vezes, a culinária real em uma culinária cuja difusão e circulação poderá vir a se constituir em um paradigma do gosto e, eventualmente, em uma marca identitária de todo um povo, como ocorre, por exemplo, na França, onde a combinação de uma cultura do impresso com a arte de cozinhar gerou um estilo gastronômico emblemático para o Ocidente (GOMES, BARBOSA, 2004, p. 4).

Situando o nosso objeto de estudo no contexto contemporâneo de construção de identidades culturais e situando o próprio objeto como elemento de identificação cultural, entendemos que os livros de culinária, livros de receita, programas televisivos voltados à gastronomia, periódicos, cadernos especiais e demais publicações são importantes para, não apenas estabelecer parâmetros para o gosto e a distinção, mas também por representarem importantes meios de construção de discursos sobre modos de cozinhar, para legitimar ou deslegitimar agentes, produtos, técnicas e ingredientes.

Um destes agentes é o cozinheiro. É notório, estabelecendo aqui uma breve comparação, como a construção deste profissional nos períodos analisados passaram por mudanças culturais importantes, principalmente no que diz respeito ao reconhecimento deste no universo alimentar. Uma das perguntas que nos fazemos é por que e como se deu esse processo de valorização do trabalho na cozinha, e também como esta valorização foi capaz de “movimentar” os valores alimentares na sociedade contemporânea.

Na análise de Giard, o cozinhar estaria situado no plano mais elementar da vida cotidiana, e para “driblar” a invisibilidade diante da sociedade, as mulheres



analisadas pela autora lançavam mão de uma sorte de estratégias para obter algum reconhecimento ou ainda tornar a tarefa de cozinhar mais prazerosa. Pode-se argumentar que o prazer de cozinhar esteja relacionado diretamente a uma atividade esporádica, não obrigatória. Mas, por outro lado, é certo que para algumas pessoas, cozinheiros e cozinheiras em geral, a satisfação de dedicar o tempo para agradar ao outro pelo paladar não seja uma tarefa árdua ainda que seja diária.

Em dezembro de 2005, o *Roda Viva* exibiu um programa com especialistas em gastronomia em que foi discutido, entre outros aspectos, o tema da identidade culinária brasileira e também o destaque dado à cozinha. Em um dos momentos, Paulo Markun, o mediador do debate, pontua que viveu em uma época em que as mulheres “ficavam” na cozinha enquanto o homem se dedicava a outras atividades. Citando a “classe média brasileira”, ele analisa que percebe uma invasão masculina na cozinha, um interesse maior dos homens em preparar refeições, enquanto a mulher acaba se distanciando desta atividade. Essa valorização na opinião de convidados como Silvio Lancelotti e a chef Carla Pernambuco, que participavam do programa, se dá principalmente quando, a partir dos anos 90 reconhece-se o trabalho do (a) chef de cozinha como profissão.

Lancelotti, considerando o contexto paulista, diz que os chefs eram todos anônimos e que isso muda com a profissionalização:

No final da década de 1970, começaram a vir os grandes mestres franceses para os hotéis no Rio de Janeiro e São Paulo. Isso provocou o primeiro ato da revolução que se completa, eu acho, aí já nos anos de 1990, com essa molecada que adota a gastronomia como uma profissão sem nenhum constrangimento e com muito orgulho. (LANCELOTTI, 2005)

Alex Atala em sua fala faz uma distinção entre a cozinha profissional e a cozinha do cotidiano. Considerando o interesse recente pela atividade, ele afirma que a cozinha pode ser considerada como um elemento de “sedução”, um reflexo cultural e de comportamento na sociedade, mas salienta que não acredita “100%” que as mulheres não se dediquem mais a esta atividade:

Não estou só 100% de acordo porque eu tenho dado aula com regularidade em São Paulo, às vezes, muitas vezes fora de São Paulo ou poucas vezes fora do Brasil, e vejo um número de mulheres interessadas na melhoria da sua cozinha de uma maneira muito interessante. Mães, pessoas do dia-a-dia da cozinha buscando técnica, buscando refinamento e talvez sublimando o prazer de dar prazer, que eu acho que é a faculdade da cozinha familiar, do lar. E acho que, por outro lado, vamos ter, na cozinha

profissional, um momento onde a cozinha era um ofício sem brilho, era uma formação operária. Acho que o Claude tem uma história boa para contar do pai dele, estava contando esses dias, do que era cozinhar antigamente. Acho que tivemos a seqüência disso, que foi uma cozinha extremamente machista e, hoje em dia, graças a Deus, isso [vem] se desfazendo e tendo pessoas como a Carla e outras tantas boas chefs quebrando esta homogeneidade masculina. Então, acho que é mais uma transformação aí. (ATALA, 2005)

A referência à história do chef Claude Troisgros diz respeito à tradição iniciada por seu pai, Pierre Troisgros com a *nouvelle cuisine*, um movimento da gastronomia francesa iniciado na década de 70 e que tinha como objetivo principal visitar molhos e preparações clássicas procurando torná-las mais leves e as apresentações mais refinadas buscando inspirações em cozinhas de todo o mundo. Segundo Claude Troisgros:

Temos dois lados aí: tem um lado familiar, onde a mulher trata hoje em dia a culinária como uma coisa de moda, quer dizer, o homem quer cozinhar para os amigos, quer se mostrar. Mas eu continuo achando que a mulher em casa está aí presente, é muito forte. Inclusive, entre nós, Carla, a mulher cozinha muito melhor que o homem, tem mais sensibilidade em casa, aquela comida caseira, aquela comida verdadeira. Profissionalmente falando, independente do momento, quer dizer, se a gente pega séculos atrás, os grandes chefs eram homens, depois, passou o momento de mulher, onde tinha na França, principalmente, na Europa, tinha a [...], aquela comida mais feminina. Aí chegou aquela época da *nouvelle cuisine*, com meu pai, com aqueles chefs que mudaram, inclusive, a trajetória da culinária mundial, onde realmente aí virou uma coisa meio machista que era só homem aqui na frente daquela profissão. Hoje em dia, já está voltando uma culinária mais feminina, as mulheres estão reaparecendo no mercado profissional. (TROISGROS, 2005)

Acrescentamos a esta discussão um ponto que consideramos importante e que se refere aos domínios do público e do privado no que diz respeito ao reconhecimento da atividade de cozinhar. De modo geral, a atividade cotidiana de cozinhar sempre esteve relegada ao espaço privado, da casa e da vida doméstica. A “notoriedade” por assim dizer de uma boa cozinheira, hábil no forno e no fogão, passava muitas vezes pelo reconhecimento da família, vizinhos e amigos. A reprodução, porém, destas habilidades na forma de manuscritos culinários e na comercialização destes saberes em negócios de família, nos leva a considerar a fronteira que existe entre o privado e o público neste reconhecimento. Como analisado por Daniele Rocha Saucedo no trabalho *Do privado ao público: o universo do restaurante Bologna*, que faz uma análise de como esses conceitos se fundem quando se considera a relação que existe quando se considera aspectos da vida da

família proprietária do restaurante e a dinâmica com o público que se dá em diferentes níveis.

Michel de Certeau escreve em *A Invenção do Cotidiano* sobre como o espaço privado da casa é em muitos casos um refúgio da vida exterior e suas obrigações. No espaço da casa, o sujeito encontra a melhor maneira de organizar os seus “fazeres” ou “não-fazeres”, pois na casa via de regra não há obrigações, é um espaço para permitir-se “viver e sonhar” nas palavras de Certeau. Para o autor, à medida que a vida exterior torna-se mais homogênea, ditada por regras e repleta de obstáculos diários, mais o lar torna-se um recôndito em que é possível inventar “modos de fazer que tomam valor definitivo” (CERTEAU, p. 206).

A cozinha estaria situada nesta estratégia cotidiana de invenção e convivialidade em que a memória e a mudança convivem.

Nossos *habitats* sucessivos jamais desaparecem totalmente, nós os deixamos sem deixá-los, pois eles habitam, por sua vez, invisíveis e presentes, nas nossas memórias e nos nossos sonhos. Eles viajam conosco. No centro desses sonhos, aparece muitas vezes a cozinha, aquele “compartimento quente” onde a família se reúne, teatro de operação das “artes do fazer” e da mais necessária entre elas, “a arte de nutrir (CERTEAU, 1997, p. 207).

Sabemos que a conceituação de público e de privado não pode ser reduzida e que as diferentes realidades históricas podem despertar interpretações distintas do conceito no tempo e no espaço. Porém, estamos levando em consideração quando falamos dos pontos analisados em nossas fontes de que as falas a respeito deste privado e deste público no que diz respeito à cozinha reforçam e tencionam alguns aspectos como os já citados, a cozinha como reduto feminino, a vontade de cozinhar como forma de obter notoriedade nos mais diversos meios e assim por diante.

As receitas do restaurante Bologna analisadas por Daniele Rocha são o que podemos chamar de “receitas de família”. A família que veio da região da Emilia Romagna trouxe consigo os conhecimentos tradicionais da culinária italiana, conservando inclusive a presença feminina na cozinha enquanto os homens cuidavam de outros aspectos, como a administração do negócio. Ao decidirem comercializar estes conhecimentos tradicionais preparando as receitas para o público consumidor de Curitiba é que esta fronteira entre o público e o privado acaba sendo atravessada.

E como podemos pensar esta relação com o público e o privado hoje, quando consideramos a questão da visibilidade e do reconhecimento dos fazeres culinários? Um caminho pode apontar para a importância que a tarefa adquire quando é relacionada a fatores como status, conhecimento, sofisticação e habilidade técnica. Citemos um exemplo: na edição nº 95/2000 a Revista Gula explora na seção “Receba bem os amigos” o cardápio escolhido por um chef, Alessandro Segato, e as dicas de como receber convidados em casa sem que haja imprevistos. As orientações que vão desde uma análise das preferências de cada convidado até o processo de compra mostram que a atividade exige planejamento prévio e conhecimento dos ingredientes. Mas não são ingredientes comuns: o prato principal, *San Pietro Su Carpaccio di verdure e tartufo nero*, é um bom exemplo. Além do peixe que não é encontrado em qualquer lugar do Brasil, há a questão do conhecimento: o leitor que decidir reproduzir esta receita deverá estar familiarizado com estas preparações aplicando os conhecimentos na transformação de algo novo. Um carpaccio geralmente é feito com carne finamente fatiada. Ao empregar esta técnica em verduras o “gourmet” estará se aventurando na criação de um novo prato. Conforme podemos verificar na imagem que segue:



Figura 19



Figura 20

Naturalmente que entendemos que a matéria em questão somada ao fato de que foi veiculada em uma revista que valoriza enormemente a gastronomia em sua essência, também leva em consideração o conhecimento do profissional (chef) e as suas habilidades em manipular os ingredientes. Quando publica receitas deve ter a ideia de que não é qualquer um capaz de executá-las e tampouco em qualquer ocasião.

No caso, trata-se de “receber bem os amigos”, ação intimamente ligada ao universo privado na vida das pessoas. Mas considerando que há um dispêndio de esforço e busca por conhecimento no preparo de um banquete deste porte, qual a graça de que além destes quatro amigos sentados à minha mesa meus outros “amigos” virtuais não possam apreciar o fruto do meu trabalho? A minha evolução como cozinheiro?

Este questionamento nos leva diretamente a outro ponto desta questão. O uso da gastronomia para além da alimentação. A obsessão pela mesa e seus prazeres fez surgir nos últimos anos novas expressões ligadas a este universo. Temos os *foodies*, que são pessoas aficcionadas pela comida e bebida e que costumam compartilhar suas experiências em blogs e redes sociais em geral que

reinventam os preceitos dos já notórios gourmands e gourmets que surgem repaginados na contemporaneidade. Entre estas “novidades” uma das que nos chamou a atenção pelo inusitado da expressão é a que se refere aos gastrossexuais, ou seja, homens na faixa dos 25 aos 45 anos que se dedicam a cozinhar para conquistar as mulheres. Em uma matéria publicada em setembro de 2008 na Revista Época pela jornalista Renata Cabral, o tema é abordado a partir da ideia de que “fisgar” o parceiro pelo estômago era “antes uma prerrogativa feminina e que agora é o objetivo dos homens que aliam gastronomia à conquista”. A matéria não é original e traz basicamente as mesmas informações de um texto semelhante publicado pela BBC, mas com alguns exemplos brasileiros:

Os homens estão descobrindo que o estômago pode ser o melhor caminho para chegar ao coração das mulheres. A constatação foi confirmada recentemente pelo instituto de pesquisas do Reino Unido Future Foundation, que realizou um estudo com cerca de mil homens britânicos e descobriu que hoje eles gastam cinco vezes mais tempo na cozinha (27 minutos) do que em 1961. A justificativa citada por 48% dos entrevistados é mesmo o interesse em cozinhar para seduzir, por isso são denominados gastrossexuais. Os outros motivos são a solteirice e o hobby. De quebra, os gourmets do século XXI também passaram a ser mais assediados - basta ver o sucesso dos chefs Jamie Oliver e Gordon Ramsay que estrelam programas transmitidos pela tevê a cabo e foram apontados na pesquisa como símbolos para esse grupo. (CABRAL, 2008)

A matéria é ilustrada com homens que contam suas experiências de sucesso na empreitada “cozinha e conquista” e acrescenta que muitos homens vêm buscando aperfeiçoar os seus conhecimentos em cursos e aulas de gastronomia que cresceram consideravelmente nos últimos anos. Ainda que a matéria possa suscitar uma série de questionamentos, como a noção já bastante comum de que a comida está intimamente relacionada ao prazer sexual e a ideia batida de que “fisgar” o parceiro pelo estômago era uma prerrogativa feminina, percebe-se que há uma valorização do cozinhar para além do espaço privado. É certo que a possibilidade de participar deste universo que antes era restrito aos restaurantes e poder compartilhar isso é um dos aspectos que devem ser levados em consideração quando nos referimos às práticas alimentares hoje.

Se antes os manuscritos culinários retratavam a tradição e as receitas que passavam de geração a geração e traziam em suas páginas o fazer diário ou as práticas repetidas ao longo da vida, hoje, além das revistas, o saber culinário está presente nas mais diferentes formas de transmissão como a televisão, que

analisaremos no último capítulo deste trabalho. Entretanto, a televisão é palco para poucos privilegiados, e outros espaços são tomados para a divulgação de receitas e técnicas como a internet por meio de vídeos, blogs e portais destinados a este fim. O que chama a atenção é que mesmo que exista uma diversidade de produtos midiáticos sobre a questão, alguns temas parecem se repetir colaborando para que lugares de destaque sejam assegurados pela construção destes discursos.

## 4 COMIDA, ENTRETENIMENTO E GOSTO

Neste capítulo, analisamos alguns aspectos relacionados à comida como entretenimento e a diferenciação por meio da sofisticação do gosto, considerando que as práticas de cozinha passaram por transições importantes na sociedade brasileira no que diz respeito à valorização desta atividade nos contextos do cotidiano e da cozinha como lazer e profissão. Parte destas mudanças é impulsionada de maneira significativa pela mídia em geral, que valida esta prática para além da necessidade diária e tradicional do cozinhar, atribuindo valor de distinção ao cozinheiro, pratos, ingredientes e restaurantes. Convém considerarmos, entretanto, que, isolados, estes valores fariam sentido apenas a um restrito grupo de entusiastas e profissionais, porém no contexto da chamada “Cultura de Convergência” proposta por Henri Jenkins a circulação de conteúdos depende enormemente da “participação ativa dos consumidores” (2006, p.29)

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que possamos conversar entre nós sobre a mídia que consumimos (JENKINS, 2006, p.30).

Essa convergência das mídias influencia diretamente a relação existente entre a notícia e o entretenimento, entre o que é tradicional e o que é novo. É capaz de definir comportamentos e modos, como podemos observar com a alimentação. Um aspecto que nos chama a atenção é a relação entre produtores e consumidores desse tipo de informação. Se tradicionalmente o “poder” de produção de informação estava restrito aos grandes conglomerados, hoje, ao analisar o contexto da convergência, é preciso analisar os consumidores como também produtores e reprodutores de conteúdos. A televisão é parte importante desta indústria midiática em transição. De acordo com Jenkins, o “pessoal da indústria usa o termo ‘extensão’ para se referir à tentativa de expandir mercados potenciais por meio do movimento de conteúdos por diferentes sistemas de distribuição” (2006, p.47). Assim,



consideramos importante abordar brevemente a questão de entretenimento considerando a televisão por entender a abrangência de seu alcance.

No percurso de análise das fontes principais e de outras que surgiram no decorrer da escrita percebemos a questão da comida como entretenimento considerando pelo menos três aspectos: o primeiro seria o hábito de sair para frequentar restaurantes, o segundo o ato de cozinhar como parte de uma atividade de lazer e o terceiro a cozinha como parte da indústria do entretenimento.

É importante considerar que a alimentação fora do lar engloba uma diversificada cadeia de produção e distribuição de serviços alimentares e que se enquadra na categoria de mercado do *food service*, segmento que trata da “produção e distribuição de alimentos, bebidas, insumos, equipamentos e serviços orientado a atender os estabelecimentos que preparam e fornecem refeições efetuadas principalmente fora do lar” (DONNA, 2010, p. 3). A alimentação fora do lar pode se dar no ambiente escolar e empresarial, em bares, restaurantes, lanchonetes, postos de gasolina, farmácias e outros. Para nossa análise, convém delimitarmos essencialmente o foco na comida como atividade de lazer considerando o ambiente do restaurante.

Segundo o documento publicado pela Escola Superior de Publicidade e Marketing (ESPM) *O Mercado de Food Service no Brasil*, o segmento da alimentação fora do lar considerando os dados do IBGE de 2008-2009, cresceu de 24,1% para 31,1%, nesse período, representa quase um terço dos gastos dos brasileiros com alimentos. Quanto maior a renda, maior é o gasto com os alimentos, e de acordo com este mesmo documento aumentaram as despesas com almoço e jantar: “Passamos para um maior nível de despesas em almoço e jantar. Em 2003/04 estas categorias representavam 40% o total da despesa e em 2008/09 passaram a representar 62,7%” (DONNA, 2010, p. 15).

Uma breve leitura destes dados mostra que a alimentação fora do lar representa uma soma considerável nas despesas do brasileiro com alimentação. E, além disso, entre as tendências apontadas neste documento para o setor, figuram os aspectos ligados à sensorialidade e ao prazer, ou seja, a valorização da gastronomia, harmonização entre alimentos e vinhos, cervejas e mais recentemente a valorização de ingredientes regionais e profissionais brasileiros.

Estes dados são importantes para apresentarmos um panorama do crescimento da procura pela alimentação fora do lar que engloba fatores como a necessidade, praticidade e também o prazer, relação simbólica e sensorial com o alimento que é foco de nosso estudo. Esta relação não é necessariamente uma novidade, mas o que desperta nosso interesse é a crescente valorização da comida como atividade de lazer no Brasil. Como já mencionamos, voltamos nosso olhar principalmente para as representações midiáticas que tratam do tema considerando o pioneirismo, abrangência e notoriedade destas publicações.

#### 4.1 COMER, COZINHAR E ASSISTIR: TRÊS ASPECTOS DA COZINHA COMO ATIVIDADE DE LAZER

Considerando os dados apresentados no tópico anterior sobre a alimentação fora do lar como necessidades e não necessariamente como lazer, apresentamos agora alguns pontos referentes a sair para comer como parte de uma atividade de lazer: a pessoa procura restaurantes e lanchonetes na expectativa de conhecer lugares novos e diferentes de sua alimentação cotidiana. Ela pode ser influenciada por amigos, críticas especializadas, guias impressos e outros fatores. O serviço moderno do restaurante foi pensado para atender às expectativas individuais do comensal que despense uma quantia para isso. Esta relação surge na França no século XVIII quando os restaurantes “personalizam” o atendimento e não mais servem refeições coletivas. De acordo com (SANTOS, 2011), é ao longo do século XVIII que surgem também as bases da refeição moderna como os aspectos ligados à elegância da mesa, ao comportamento, à etiqueta.

Estes pontos são levados em consideração quando compreendemos o espaço público do restaurante como ambiente de sociabilidade, indicador de status e classe social constituindo um importante lugar de classificação e sistematização do gosto. Sobre isso, Marina de Camargo Heck pontua no texto *Comida como atividade de lazer* os motivos que levam a essa valorização da alimentação fora do lar. Diferente de alguns autores, que atribuem essa procura unicamente a fatores econômicos como o aumento do poder aquisitivo ou a ascensão das mulheres no

mercado de trabalho, Heck indica citando estudos como o de Dona Gabaccia (2008) que o negócio da alimentação propõe e coloca à disposição do consumidor um novo estilo de vida. Se considerarmos o exemplo da maioria dos brasileiros de classe média urbana dos anos 70 e 80, frequentar restaurantes não era um hábito comum, configurando uma oportunidade esparsa para ocasiões especiais. Hoje, esta atividade está incorporada no cotidiano da maioria das pessoas de classes distintas. Consideramos pertinente distinguir entre a alimentação diária fora do lar e a escolha de um restaurante ou estabelecimento, como parte de uma atividade de lazer. No primeiro caso, há fatores limitantes como um valor diário para se alimentar, a disposição geográfica e o tempo para fazer uma refeição. Considerando a escolha de um local com o objetivo da diversão, outros fatores são levados em conta como veremos a seguir.

O que discutimos é que o “comer fora” está claramente associado ao prazer de ver e ser visto, de demonstrar conhecimento sobre o local e pratos servidos, de ser reconhecido como um *habitué* pelo *chef* e garçons e assim por diante. Heck, reforça ainda que há vários apelos que reforçam esta relação:

Atualmente os restaurantes vão além da apresentação de estilos de vida da aristocracia aos seus freqüentadores, e os apelos para "comer fora" são muito variados. As pessoas podem sair de casa para comer, buscando um ambiente familiar e caseiro ("sair de casa e se sentir em casa"), como a promessa do McDonald's de divertir a família unida, em um ambiente circense (Ronald Mc-Donald), sem álcool e com uma comida sem surpresas. Outros preferem procurar um ambiente exótico, onde os freqüentadores são transportados a um outro país e vivem por algumas horas sensações de *displacement*, degustando alimentos diferentes dos usuais, temperados com especiarias estrangeiras (HECK, 2004, p.142).

Esta citação nos leva ao segundo ponto quando entendemos o ato de cozinhar como atividade de lazer. Nas fontes que analisamos, principalmente na Revista Gula percebemos a associação do ato de cozinhar com momentos de prazer e descontração entre amigos e familiares. Nas versões atuais de *Claudia Cozinha*, percebe-se também esta valorização de cozinhar fácil para reunir os amigos, receitas fáceis de *chefs* para celebrar e assim por diante. Além destas, há publicações inteiramente voltadas para o “receber bem”, como é o caso da revista *Casa e Comida* publicada pela *Editora Globo*. Associando decoração e arquitetura

com a comida, a revista investe principalmente em temas como festas, eventos sociais e comemorações em geral.

Na televisão, chefs-celebridade como os britânicos Nigella Lawson e Jamie Oliver também exploram em seus programas receitas que podem ser feitas “por qualquer um” para o dia a dia e encontros com os amigos. Nos programas exibidos pelo canal pago GNT, entre os anos 2010 e 2011, alguns episódios mostram Jamie Oliver passando por todas as etapas que envolvem o preparo de uma refeição. A partir de um tema, como “loucos por chocolate”, por exemplo, Jamie Oliver desenvolve o programa mostrando a compra de insumos, a execução das receitas e finalmente o “serviço” que muitas vezes mostra o encontro de amigos e familiares degustando as preparações.

Até o genioso *chef* escocês Gordon Ramsay, mais conhecido por expor aspirantes a *chef* às mais variadas humilhações no programa Hell’s Kitchen exibido pelo canal TLC, publicou um livro em que revela o seu lado mais “generoso”. Em *Cozinhando para os amigos*, Ramsay traz seus pratos favoritos em receitas “descomplicadas” com fotos, comentários e dicas sobre as preparações.

O que pretendemos evidenciar com estes exemplos é que os discursos que permeiam as narrativas dos programas, livros e revistas que exploram a temática do cozinhar, dão um sentido diferente a esta atividade, tornando-a prazerosa ao invés de uma obrigação. Entretanto, para se chegar a este resultado são necessários diversos artifícios que vão desde elementos formais dos produtos midiático-gastronômico até o reconhecimento da autoridade do chef-celebridade como alguém capaz de mudar comportamentos ligados à alimentação.

Quando falamos em elementos formais, nos referimos a questões que compõem esta cozinha-midiática: a questão de cenário, por exemplo. Uma cozinha bem estruturada, bonita e que traga os equipamentos à mostra é uma forma de passar a ideia de que se trata de alguém profissional e sabe manejar todos os utensílios e ingredientes. Nenhum programa televisivo ou livro que explore o cozinhar vai apresentar a preparação sem um tratamento de imagem ou prévia produção. O cozinheiro amador, em geral, busca que sua receita fique parecida com a da foto ou vídeo e este é o atestado de que deu certo.

Cozinhar como lazer envolve relações sociais que vão desde a compra dos insumos até os elogios dos comensais. Neste sentido, é preciso que o aspirante a

“chef por um dia” saiba o que comprar, como preparar e como servir. O maior ou menor grau de requinte e sofisticação está diretamente ligado ao conhecimento que se tem sobre insumos, harmonizações e o serviço. Este pode ser um dos motivos que levam tantas pessoas a se interessar por este tipo de conteúdo e investirem tempo e dinheiro em aprender mais sobre isso, afinal quanto mais se sabe, mais o sujeito se diferencia dos demais em relação a este tipo específico de conhecimento.

Além destes fatores, há o cozinhar como atividade lúdica, ligada à diversão. Este aspecto é explorado inclusive em destinos turísticos, como vale-presente em escolas especializadas e até mesmo como atividade terapêutica para idosos e pessoas em situação de vulnerabilidade social.

Uma matéria do site Malagueta News intitulada *Cozinhar é diversão e arte* publicada em maio de 2010 traz os dados de uma pesquisa realizada pela agência de publicidade Nova S/B e a empresa TNS Research referentes às expectativas e atividades de lazer dos brasileiros. O resultado deste estudo transformou-se em um banco de dados chamado de INOVA (Indicadores de Valores e Atitudes). Segundo a matéria, cozinhar como lazer desbancou atividades tradicionais como frequentar bares e discotecas:

A amostra foi feita no último trimestre de 2009 com 2.772 pessoas, entre 18 e 65 anos, de todas as classes sociais, em 22 cidades. Na lista com 16 atividades sobre “O que eu fiz nos últimos três meses”, cozinhar ficou em quarto lugar com 69%, entre passar o tempo com a família (72%) e passar o tempo com os amigos (66%). A cozinha desbancou itens como “Fui a bares” (43%), “Jantei fora em restaurantes” (33%) e “Fui a discotecas, clubes e festas” (29%). O tópico “O que é mais importante para você?” elegeu o “sucesso na família” com 65%, o que permite cruzar com as atividades de lazer e concluir que a casa é o novo espaço social, e a alimentação virou entretenimento (DIAS, 2010, p.2)

Estas informações ainda que levantem questionamentos nos fazem considerar alguns pontos. Alguns autores da alimentação como Felipe Fernández-Armesto apontam que a “descaracterização” dos moldes tradicionais do convívio alimentar pode provocar uma ruptura das relações de convívio entre as famílias. Esta questão nos parece passível de questionamento uma vez que os hábitos tradicionais da comunhão por meio das refeições em grupo não parecem desaparecer em países como o Brasil, por exemplo. O fato de as pessoas fazerem as suas refeições cotidianas fora de casa por obrigações profissionais, por exemplo,

não quer dizer que elas abandonem a prática de cozinhar e unir-se aos seus nas oportunidades que surgem. E finalmente, em relação a esta questão acreditamos que o cozinhar como atividade de lazer não é necessariamente algo novo, mas sim valorizado e difundido atualmente entre as classes A e B no Brasil.

A esta questão soma-se o ponto explorado por Jean-Pierre Poulain em *Sociologias da Alimentação* no que se refere às mudanças nos hábitos alimentares provocadas pela forma em que a sociedade- no caso, a francesa- encontra-se organizada. Poulain, com base em uma pesquisa em 1998, investiga as práticas alimentares considerando a faixa etária de pessoas entre os 50-60 anos. Para 67% destas pessoas cozinhar é à primeira vista “uma atividade voltada para os outros”, dar prazer e partilhar, ao lado das considerações positivas de cozinhar aparece também a repetição da tarefa, o incômodo, o tédio em segundo lugar, com 51%. O trabalho penoso, pesado e inevitável aparece para 18% das pessoas e finalmente o custo para apenas 5% dos entrevistados. O que Poulain busca investigar com esta pesquisa são as transformações ocorridas na forma em que é feita a manipulação dos alimentos no contexto da industrialização dos alimentos na França. Ainda que as pessoas conservem a prática de cozinhar, observa-se uma redução das práticas produtivas na alimentação cotidiana, ou seja, os alimentos são comprados prontos, pré-cozidos, enlatados. O autor salienta:

A cozinheira contenta-se no máximo em juntar, em terminar, quando não simplesmente esquentar os pratos. A história da alimentação nos mostra uma evolução que, apesar das várias voltas e reviravoltas, faz passar um conjunto de tarefas do setor econômico para o setor doméstico. O exemplo das massas alimentares fala por si só sobre este ponto; considerados hoje como um alimento básico que todo mundo tem em estoque em sua cozinha, eram, há um século apenas um produto fabricado em casa com farinha e ovos. Num mercado em que os volumes estão estagnados, a indústria alimentícia faz seu crescimento por adição, ou seja, oferecendo produtos que integram valores agregados (POULAIN, 2004, p. 54).

Poulain apresenta um quadro em que são mostradas as respostas de mulheres de diferentes faixas etárias em 1966, 1996 e 1998 quando questionadas se elas fazem a mesma comida que a mãe delas fazia:

Tabela 1

	<b>1966</b> Mulheres de 30 anos	<b>1996</b> Mulheres de 50-60 anos	<b>1998</b> Mulheres de 50-60 anos
SIM	35%	40%	53%
NÃO	65%	60%	47%

Com base nesta pesquisa, o autor investiga a relação da tradição culinária em períodos distintos, observando que enquanto em 1996 há uma rejeição por parte das mulheres mais jovens ao modelo culinário da mãe (65%), em 1998, na faixa dos 50-60 anos, há uma revalorização desta forma de cozinhar. Na amostra analisada, Poulain pontua que para algumas pessoas entrevistadas havia a necessidade de se conservar e transmitir as tradições, “um conjunto de habilidades descritas como o patrimônio alimentar familiar” (2004, p.55).

Citamos este exemplo para fazer relação com os aspectos negativos da comida como lazer. Segundo alguns autores, como Mennell, no contexto da alimentação contemporânea a *junky food* estaria associada a uma ideia de “gosto da massa” em uma menção aos trabalhos da Escola De Frankfurt sobre a cultura de massa que seria o resultado da manipulação dos gostos culturais por meio da mídia visando apenas ao lucro. Nesta linha, em um trabalho apresentado em 2006, o autor Marcelo Carvalho investiga no texto *A Transição Urbana do Alimento do Espaço Privado ao da Mercadoria* como a alimentação contemporânea perde sua característica de experimentação e constituição identitária para dar lugar a reproduções desprovidas de qualquer sentido de origem do alimento. Ele cita o exemplo dos *self services* nas grandes cidades em que pratos de diferentes países como o sushi, feijoada e quibes, por exemplo, são servidos ao mesmo tempo e desconectados do “conjunto de comportamentos e relações em que constituíram como cultura” (2006, p.3).

É certo que o exemplo, principalmente o que considera o contexto francês, mostra uma cultura gastronômica que é secularmente valorizada não apenas no âmbito profissional, mas também no cotidiano. As reações ao que eles chamam de

“mcdonaldização” dos costumes vão dos repúdios oficiais à destruição de restaurantes da cadeia americana. Isso quer dizer que quando analisamos o contexto brasileiro devemos ter em mente que esta valorização dos hábitos alimentares é muito mais recente no Brasil, tanto por pesquisadores como a mídia em geral, e que estamos assistindo à transição de hábitos alimentares que ainda estão em curso no país.

Assim, para encerrarmos esta discussão neste momento, nos falta abordar a cozinha como entretenimento na compreensão da comida como atividade de lazer. Seria infrutífero listar todos os programas disponíveis hoje na televisão que de certa forma trazem o tema da cozinha. Eles vão desde a clássica apresentação de receitas até *reality shows* em que cozinheiros profissionais ou amadores disputam prêmios para quem se sai melhor na competição. Proliferam também programas de viagens com apresentadores que saem pelo mundo na busca dos melhores restaurantes, dos piores, os exóticos, populares, comida de rua e assim por diante. No filão das possibilidades do entretenimento gastronômico não faltam oportunidades para explorar o cozinheiro nas prisões, os restaurantes mais estranhos do mundo e outros temas de igual teor inusitado, para se dizer o mínimo.

Neste vasto universo, nos chama a atenção principalmente a imagem idealizada da cozinha enquanto espaço de produção de alimentos, e do cozinheiro como um dos principais agentes envolvidos nessa produção. Remetemos-nos a ideia apresentada por Jean Baudrillard no livro *Simulacros e Simulação* no texto *Hiper-real e imaginário* (1991) guardadas as devidas proporções, até mesmo porque neste texto Baudrillard analisa o modelo da Disneylândia como o mundo de ilusões em que os personagens confundem-se com os estereótipos do americano médio separando este mundo de imaginário para fazer ver o mundo real, quando para o autor o que há mesmo fora deste ambiente “fantástico” é uma simulação da vida, da natureza, das relações e da vida dos sujeitos.

A cozinha que assistimos pela TV é o que podemos relacionar com esta hiper-realidade, ou seja, a cópia de uma cozinha profissional aperfeiçoada pelas técnicas do entretenimento sugere que a cozinha “real” é a que vemos pela televisão e que ela não existe fora desta realidade construída, afinal, a menos que trabalhemos com cozinha não sabemos como é uma cozinha por dentro. O mesmo



vale para o cozinheiro da televisão. Vamos pegar um exemplo para que possamos compreender melhor esta questão. No programa Top Chef, exibido pelo canal pago Sony, cozinheiros profissionais dos Estados Unidos competem por um prêmio e um título que deve alçar as suas carreiras para além do estabelecimento em que atuam. O reconhecimento é primeiramente assegurado pelas figuras de autoridade gastronômica que são juizes do programa, jornalistas, chefs e críticos gastronômicos. Com o título e o dinheiro nas mãos, o Top Chef percorre programas televisivos contando sua saga, aparece em revistas, internet, como um verdadeiro “pop star das panelas”. Para a maioria das pessoas que assiste ao programa semanalmente e que acompanha a competição, agora ele (a) é um Top chef, antes não, era um competidor como outro qualquer. Esta pessoa passa da condição de cozinheiro para a personificação de um *chef midiático*. Neste sentido, assistimos à hiper-realidade do que vem a ser este profissional. Quantos no exercício diário da sua profissão não almejam reconhecimento semelhante, entendendo que é preciso aparecer para que as pessoas valorizem o seu trabalho? Há espaço para tantos aspirantes a chefs-midiáticos? Para onde vão as dezenas de formados nas escolas de gastronomia?

As cozinhas espaçosas e iluminadas, as câmaras repletas de alimentos, os utensílios mais sofisticados à mão dão a ideia de que a cozinha é de fato este ambiente propício para a criação e realização de proezas culinárias. É sabido e já falamos sobre isso, que a “realidade” na maioria das vezes é diferente, tanto no âmbito profissional quanto no cotidiano. Quando um *chef* executa receitas completas em 15 minutos, raramente levamos em consideração que seus equipamentos são melhores, que ele desenvolveu algumas habilidades técnicas, que por se tratar de um programa de televisão algumas preparações já estavam prontas e assim por diante.

Esta questão nos leva ao tópico seguinte quando analisaremos alguns pontos referentes a esta “mídia da comida”, numa tradução livre à chamada *food media*, ou seja, a indústria do entretenimento focada na alimentação analisada por Signe Rousseau, as implicações desta interferência em nossa capacidade de escolha e o “empoderamento” dos chefs de cozinha midiáticos.

## 4.2 DA MESA À TV: A INFLUÊNCIA DA *FOOD MEDIA* NA ESCOLHA ALIMENTAR

Quais são os limites da influência de um programa televisivo que trata de aspectos ligados à alimentação? Sejam mais específicos: podemos pensar a poderosa indústria da *food media* para além dos limites do entretenimento? Estas são algumas das questões analisadas pela autora Signe Rousseau em *Food Media-Celebrity chefs and the politics of everyday interference*. Rousseau é crítica literária na Universidade de Cape Town na África do Sul e tem outras publicações que pensam a alimentação como cultura e também como negócio. Em *Food Media*, porém, ela nos fornece importantes pontos para pensarmos a questão da escolha e da liberdade diante do fascínio exercido pelos chefs-celebridade nos Estados Unidos e Grã-Bretanha.

Ainda que a autora foque na produção midiática destes dois países, pensamos que esta discussão pode ser trazida para o debate no Brasil, uma vez que a indústria do entretenimento alimentar, por assim dizer, cresce de forma considerável no país. A maioria dos programas analisados por Rousseau são transmitidos no Brasil pelo canal pago GNT, TLC e Fox Life. Importante reforçar que nos últimos anos a procura por pacotes de TV a cabo antes feita essencialmente pelas classes A e B também se estendeu para a classe C. De acordo com estudos do Marplan, publicados no Mídia Fatos 2011/2012, os domicílios da classe C passaram de 13% para 27% do total de assinantes de TV por assinatura entre 2000 e 2010.

Além da televisão paga, o mercado editorial voltado à gastronomia é um dos que mais cresceu no país. Em matéria publicada em 2012 pelo jornal Folha de S.Paulo, a publisher Jeane Passos da Editora Senac, uma das principais do segmento, registrou um aumento de 107% das vendas de livros de gastronomia nos últimos cinco anos. Foram mais de 800 mil títulos. Até o prêmio literário Jabuti rendeu-se à gastronomia. Foi criada uma categoria para premiar publicações deste segmento.

Nesta matéria, são apresentados os livros que figuram entre os “mais vendidos” entre os 10, estão três que têm como destaque chefs-celebridade como

Jamie Oliver, Claude Troigros e Ana Maria Braga. De acordo com o diretor editorial da Globo Livros, "ser celebridade não é condição essencial para o livro fazer sucesso, mas ajuda muito". Muitos destes títulos são frutos de programas televisivos com celebridades brasileiras ou chefs como Jamie Oliver, Gordon Ramsay e Nigella Lawson.

Rousseau interessa-se pelo fascínio exercido pelo que ela chama de *celebrity chef* “, Not just the chef on television or the chef who sells (hundreds of) thousands of cookbooks, but the chefs who gets onto a stage in front of thousands of people and behaves like a rock star, which is what Oliver did in 2001 with his first show, Happy Days Live”<sup>10</sup> (ROUSSEAU, p. 9).

Durante a redação deste capítulo nos dedicamos a assistir de forma mais “analítica” por assim dizer os programas citados por Rousseau e verificar alguns pontos mencionados pela autora. Um destes pontos refere-se à capacidade desta indústria de *chefs-celebridade* de jogar luz, ou ainda provocar de maneira simbólica, um apetite popular insaciável por tudo relacionado à comida. A *food media* encontra o seu espaço nos mais diversos tipos de cozinheiros e de programas relacionados à alimentação: desde os cozinheiros amadores, competições entre cozinheiros, humilhações culinárias até o ativista da comida, ou os *food activists* como se refere Rousseau.

Os ativistas da comida encontram sua forma de expressão por meio da “patrulha alimentar”, ou seja, especialistas de toda a ordem encontram nas diversas mídias os caminhos para expressarem-se para além do entretenimento, configurando em alguns casos modelos a serem seguidos pelas pessoas. Rousseau analisa principalmente a figura do chef britânico Jamie Oliver, que segundo ela “transformou-se” de um chef-celebridade rock star em um pretenseu ativista social. Sobre a “patrulha alimentar”, a autora traz a seguinte definição:

The term “food police” could today equally describe the agendas of a growing number of celebrity chefs and other food media personalities,

---

<sup>10</sup> Não apenas o chef na televisão ou o chef que vende (centenas de) milhares de livros de receitas, mas os chefs que ficam em um palco na frente de milhares de pessoas e se comportam como uma estrela do rock, que é o que Oliver fez em 2001 com seu primeiro show, Happy Days Live.

though from the perspective of the consumer, it remains debatable whether they occupy the role of “good cop” or “bad cop”. Celebrity chefs do not (yet) wield the authority to impose structural changes on the way people eat, but they have more and more influence over those who do hold that power, and they certainly have a significant impact on a growing number of individual consumers (ROUSSEAU, 2012, p.11).<sup>11</sup>

“Do you remember when chefs just cooked?” a pergunta feita por um jornalista do The Guardian inspira Rousseau a questionar a função social dos chefs na televisão e o papel que eles desempenham na manutenção de uma “indústria do gosto”. Para a autora, a questão não está na fama dos chefs, pois sempre existiram chefs famosos, o ponto é que à medida que consumimos mais *food media* nos dizendo como comer, como fazer, o que comprar, o que não comprar e assim por diante menos pensamos por nós mesmos na hora de nos alimentarmos. E, além disso, esta “explosão” de informações sobre alimentação na TV e nas revistas principalmente, não necessariamente implicam em conhecimento sobre este assunto. O que chega até nós é o ponto de vista deste ou outro editor ou canal de televisão que em muitos casos simplifica as culturas alimentares de forma a torná-las mais “palatáveis” aos públicos. Assim, um sujeito que apresenta um programa de televisão que se dedica a procurar “Comidas Exóticas” coloca-se como um desbravador, um conhecedor superficial destas culturas reproduzindo práticas e estereótipos.

O contexto analisado por Rousseau é principalmente a interferência da mídia sobre como se alimentar. A autora centra a sua análise nos programas de Jamie Oliver por acreditar que ele encarna a figura do “herói da comida” e ao lado de jornalistas e outros chefs-celebridade assume um papel que não é deles. Para a autora, a *food media* não deveria desempenhar funções políticas e pedagógicas de modelos alimentares, isto é, deveria ser encarada sob a ótica apenas do entretenimento. Ela argumenta esta questão com base nos esforços do chef inglês

---

<sup>11</sup> O termo "patrulha de alimentos" poderia hoje igualmente descrever as agendas de um número crescente de chefs celebridades e outras personalidades da mídia de alimentos, embora do ponto de vista do consumidor, ele permanece discutível se eles ocupam o papel de "policia bom" ou "ruim policial". Chefs celebridades não exercem (ainda) a autoridade para impor mudanças estruturais na forma como as pessoas comem, mas eles têm cada vez mais influência sobre aqueles que sustentam o poder, e eles certamente têm um impacto significativo em um número crescente de consumidores individuais.

junto ao governo britânico na mudança das leis que regem melhorias nas refeições escolares. Além disso, Oliver defende publicamente que as pessoas aprendam a cozinhar para servirem melhores refeições aos filhos utilizando ingredientes frescos e orgânicos. Este fato em si não configura um problema e pode certamente estar repleto de boas intenções, mas a questão central que se coloca é em relação às liberdades individuais sobre como comer: “when does the matter of what I choose to eat privately, or choose to feed my children, become a matter of public health? And when did public health become a matter for chefs?”<sup>12</sup> (ROUSSEAU, 2012, p.11).

Este certamente é um tema delicado. Dados do relatório “Estatísticas Mundiais de Saúde 2012” da Organização Mundial de Saúde (OMS) revelam que as doenças decorrentes da obesidade são a causa da morte de 2,8 milhões de pessoas por ano. 12% da população mundial é considerada obesa. Segundo este relatório, o continente americano é o que apresenta maior incidência com 26% da população adulta obesa. Entre 1980 e 2008, a obesidade em todo o mundo duplicou.

São vários os fatores que contribuem para o aumento destes números e não nos cabe neste momento discuti-los. Porém, é importante pensar nas implicações da reprodução de conteúdos ditando o que é certo e o que é errado sobre se alimentar. A respeito disso, Maria Rita de Assis César destaca:

Os novos regimes de verdade que produzem o corpo contemporâneo são oriundos de uma multiplicidade de fontes discursivas, marcadamente originárias do discurso médico e seus derivados. Tais fontes, por sua vez, habitam lugares múltiplos de produção de subjetividades no mundo contemporâneo, como as diversas mídias, a moda, os diferentes produtos do fitness e da boa forma, desembocando surpreendentemente, no desnutrido discurso escolar (CÉSAR, 2009, p.269).

Neste sentido, os programas de televisão analisados por Rousseau assumem um papel central de modulação das práticas de alimentação saudável. Os mesmos especialistas citados por Maria Rita que “saem de seus consultórios, gabinetes e centros de pesquisa e partem rumo à instituição escolar em uma cruzada contra a

---

<sup>12</sup> Quando é que a questão do que escolho para comer privativamente, ou escolher como alimentar meus filhos, tornou-se um assunto de saúde pública? E quando a saúde pública virou um assunto para chefs?

obesidade na escola” (CÉSAR, 2009) lotam os programas televisivos na promoção de hábitos de vida saudáveis, e entre eles está a alimentação. Ser obeso é neste sentido explorado como resultado da falta de caráter, de indolência e da falta de força de vontade para mudar. Somado ao estigma de estar gordo e assim não pertencer a uma sociedade que privilegia a beleza estética de maneira obsessiva, pesa ainda a reprodução do fato de que a obesidade custa centenas de milhares de reais aos sistemas de saúde e que não se entende “como a pessoa chegou a este ponto”.

Em relação aos programas voltados à alimentação na TV, esta consideração sobre a educação, ou pedagogias alimentares, se faz presente já na concepção dos programas. A trilha sonora, o close nos rostos, o passo-a-passo, os dramas, as competições e outros elementos, são bastante explorados pelos recursos televisivos.

Com isso, o que pretendemos com este tópico é pontuar que a comida é primeiramente uma necessidade essencial na vida do ser humano, e por isso é em alguns casos tratada como mercadoria em que poucos “especialistas” não apenas detêm o poder sobre ela, mas também são revestidos de poder na manutenção de modelos alimentares considerados ideais. Ao legitimar os chefs celebridades como autoridades em tudo o que se refere à comida estamos dando a eles o direito de tornarem-se autoridades em nossa vida, nos dizendo como agir, como comer, porque comer. Agindo assim no íntimo limite de nossa subjetividade.

#### 4.3 A MUDIATIZAÇÃO DO GOSTO NO CONTEXTO DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Gosto não se discute. Esta frase do senso comum, utilizada para as mais diferentes expressões culturais, certamente precisa ser revista quando nos referimos à alimentação. O gosto não apenas se discute como também passa por transformações que permitem situá-lo no campo das preocupações dos estudos em alimentação. Stephen Mennell aborda alguns pontos que dizem respeito à percepção do gosto quando nos referimos a cozinhar e comer. O que entendemos

por gosto? A resposta pode estar relacionada à qualidade do alimento, ao gosto de determinada preparação (gosto bom ou ruim), à preferência a determinado alimento (gosto mais de batatas fritas do que assadas) e principalmente, ponto que nos interessa, ao entendimento estético do que é o gosto.

Mennell utiliza o conceito de *habitus* de Pierre Bourdieu para compreender o gosto alimentar a partir da ideia das pessoas de buscarem conhecimentos para tornarem-se aptas a distinguir entre diferentes pratos, ingredientes e cozinhas e pondera que esta habilidade é aprendida, não inata e acaba se tornando como uma “segunda natureza” do indivíduo. Quando o gosto se desenvolve ainda na infância, esta capacidade natural está presente no sujeito.

O gosto para Bourdieu estaria relacionado às práticas subjetivas e materiais da construção do estilo de vida. A saber:

O gosto, propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida. O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou *hélix* corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega diretamente à instituição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados (BOURDIEU, 1983, p. 83).

Ainda que a alimentação seja tratada como um elemento secundário ou de menor importância nesta análise de Bourdieu, para nossos objetivos convém naturalmente conceder espaço privilegiado para a análise do gosto estético na questão alimentar. Fazemos coro à ideia de Bourdieu quando ele se refere ao luxo e à necessidade na construção das “variações da distância com o mundo”, ou seja, no esquema classificatório em que costumes, discursos e produtos determinam quem pertence a um grupo (e quem pode pertencer) a distinção não permite a aproximação.

Para o autor, os gostos são distribuídos em um nível hierárquico em que o que é raro, ou luxuoso para membros de um nível anterior ou inferior, torna-se banal ou corriqueiro, “se encontra relegado à ordem do necessário, do evidente, pelo aparecimento de novos consumos, mais raros e, portanto, mais distintivos” (1983, p.85).

Rousseau fala em como uma “aparente democratização” dos conteúdos sobre alimentação veiculados nas diferentes mídias. Ela trata como aparente, porque não considera que outros atores sejam considerados na produção destes conteúdos e que mesmo com a quantidade infinita de informação sobre alimentos há práticas e modelos que são manipulados por grupos que interferem em nossas escolhas. Se pensarmos esta questão sob o ponto de vista da distinção ela é ainda mais latente porque ser distinto ou procurar distinguir-se é a matéria-prima da *food media* em sua forma e mensagem. Como pensar este sistema de “entretenimento alimentar” é uma tarefa que demanda um projeto futuro, vamos considerar um exemplo atual para melhor visualizarmos estes pontos.

Nos últimos anos, observou-se um crescimento considerável do mercado de cervejas artesanais ou as cervejas gourmet no Brasil. Junto a este crescimento, surgem também escolas, confrarias, grupos e conteúdo especializado em difundir estes produtos. E é claro que também surgem os especialistas em cervejas. O que diferencia um apreciador comum de cerveja de um especialista é o conhecimento que este último adquire em relação aos ingredientes, tipos de cerveja, marcas, harmonizações e assim por diante. Assim, a distinção é marcada por este conhecimento e também na escolha de um vocabulário específico que insere o sujeito (ou não) no grupo de quem “entende”. Como proposto por Bourdieu, o desenvolvimento do gosto aumenta na medida em que se eleva na hierarquia social, e no contexto do consumo da alimentação isso é bem evidente. Neste caso, não se trata necessariamente da “moralização de uma classe dominante” em manter o *status* entre membros de seu grupo, mas de uma classe que por meio de conhecimento específico em algo não mede esforços para reforçar a distância entre os leigos e conhecedores.

Ainda que seja inegável que a visibilidade deste universo- gourmet antes restrito a um determinado grupo esteja mais acessível, não podemos ignorar que ao mesmo tempo em que acreditamos que estas distâncias culturais relacionadas aos hábitos alimentares parecem diminuir, há certamente grupos e forças que se empenham para que isso não aconteça criando sempre novas formas de classificação e de separação por meio da escolha e do gosto.

Devemos considerar que a indústria alimentar tem papel fundamental sobre a variedade de alimentos que temos à nossa disposição e isso permitiu que as



peessoas que tenham condições possam escolher. Os primeiros seres humanos não apenas deviam lidar com as adversidades na obtenção e manutenção do alimento como também comiam aquilo a que estavam mais acostumados e o que estava disponível. Além desta questão, o desenvolvimento do gosto culinário como fator de distinção desenvolve-se em contextos em que as necessidades essenciais do sujeito, em maior ou menor grau encontram-se supridas.

Quando Signe Rousseau analisa como alguns componentes da chamada *food media* ela também leva em consideração a interferência desta mídia na escolha alimentar, na formação do gosto alimentar no sentido estético. Neste sentido, seria impossível afirmar que todas as pessoas passem a adquirir hábitos de consumo alimentares iguais ao assistirem um programa de televisão, porém podemos considerar que de certa forma os “árbitros do gosto”, citando Mennell, encontram nos diversos meios formas de julgar e moralizar os costumes alimentares.

Esta moralização do gosto não diz respeito apenas à saúde ou a estética, fato que por si só já levanta questionamentos importantes, mas também sobre a produção de verdades “universais” a respeito da cozinha. Como um modelo que é reproduzido em todo o mundo, os discursos alimentares propagados pela *food media* não são, na maioria das vezes, neutros e escondem sob a aparente face do entretenimento interesses comerciais e políticos. Alguns podem dizer que isto não é exclusividade da cozinha, e certamente não é, mas acho importante analisar qual é o nosso papel enquanto consumidores e replicadores deste tipo de informação.

A questão da escolha é talvez o ponto mais importante que buscamos analisar quando falamos do gosto na sociedade contemporânea. O que nos chama a atenção e com isso fazemos coro ao pensamento de Denise Bernuzzi de Sant’Anna é em relação à interiorização da verdade no campo da alimentação. Os tabus alimentares no contexto contemporâneo podem ser incluídos neste cenário em que fugir à norma ao alimentar-se pode configurar em, algumas situações, casos de interdições. Tabus estes que pretendemos analisar num futuro trabalho de doutorado, mas que podemos adiantar aqui que desempenham papel regulador na escolha alimentar e que vão desde proibições de terminados alimentos inseridos em rígidos sistemas de dietas restritivas até tabus ligados aos costumes e culturas.

Situamos a escolha e o gosto alimentar nos limites da subjetividade e é preciso que também nestes campos seja exercida a possibilidade de pensamento

crítico e autônomo. Citando Ortega: “somos seres voltados para a ação no mundo, estamos jogados no mundo para agir com imaginação, temos uma capacidade de nos inserir no mundo criativamente pela ação em liberdade” (2003, p. 75). Esta citação nos parece muito adequada para pensarmos nossas escolhas alimentares, principalmente no que diz respeito à nos “inserirmos no mundo criativamente pela ação em liberdade”, pois, da mesma maneira que as invenções alimentares, citadas por Massimo Montanari, não nasceram apenas do luxo e da opulência, mas sim de necessidades reais, cotidianas, podemos repensar nossa relação com aquilo que comemos e aceitamos como natural.

## 5 CONCLUSÃO

As diversas pesquisas e publicações referentes à alimentação revelam dois principais aspectos: o primeiro é que o tema desperta e vem despertando interesse em públicos distintos e o segundo é que a cultura da alimentação está passando por uma vasta transição no mundo e também no Brasil. Estes dois pontos estão intimamente ligados aos fazeres e saberes culinários e por isso consideramos importante discutir como estas mudanças nos hábitos do fazer e do comer se revelam para nós.

O presente trabalho analisou principalmente o fazer culinário no contexto midiático, entendido como a representação dos modos de fazer em que expressões do cotidiano ligadas à necessidade e a cozinha compreendida como lazer coexistem no universo simbólico da alimentação. Nestas representações, verificamos imbricações possíveis, apesar das diferenças editoriais, em relação ao tratamento do tema da cozinha como moda, tendência e comportamento social. Observamos também a importância dada à cozinha enquanto elemento de distinção e também como atividade de lazer.

No período que analisamos, a partir do recorte temporal das fontes, verificamos mudanças importantes ligadas às condições socioeconômicas e culturais no Brasil e também na supervalorização do tema da alimentação, sobretudo representadas pela mídia. A atribuição de valor ao trabalho do cozinheiro, é um destes elementos de destaque. Seu trabalho e sua figura, principalmente, são reinterpretados neste contexto transformando uma profissão antes considerada periférica no país em uma atividade almejada e reconhecida. Interessante mencionar também que este profissional passa por um processo de reconhecimento de sua autoridade em quase tudo o que se refere ao universo alimentar, ou seja, basta a imagem de um chef de cozinha em uma propaganda ou validando um determinado produto que imediatamente associa-se esta representação a um certificado de excelência e qualidade.

Sobre a prática diária da cozinha, considerando a sociedade brasileira nos últimos anos, consideramos que a ascensão das mulheres ao mercado formal de trabalho e as consequências de uma vida urbana atribulada indicam uma diminuição da prática cotidiana de cozinhar, entretanto, não podemos afirmar que ela é abandonada. A própria dinâmica social em que os homens passam a ficar em casa, dietas específicas, administração de recursos, possibilidade de almoçar em casa, valorização da comida “caseira”, dentre outros, são algumas das situações que exigem e permitem o trabalho diário da cozinha em casa, o que muda são os processos envolvidos nesta atividade, ou seja, a pessoa que cozinha de forma mais rotineira recorre aos produtos industrializados, semi-prontos, embutidos, pré-cozidos e porcionados, disponíveis no supermercado de modo a facilitar o seu trabalho. Esses arranjos permitem-nos afirmar que as práticas do cotidiano referente aos fazeres alimentares passam por mudanças importantes e que se relacionam diretamente com a vida em sociedade, às escolhas, necessidades e preferências.

Por outro lado, cozinhar como lazer, torna-se uma atividade que no contexto da *Revista Gula* é revisitada sob a forma de se extrair prazer da atividade. Para além de suprir uma necessidade biológica ou nutricional, a prática da cozinha relaciona-se com o conhecimento e administração das faculdades gustativas, ou seja, o conhecedor deste requintado universo destaca-se pelas suas habilidades práticas, mas também é notório pelo seu conhecimento sobre técnicas, produtos e harmonizações. Não raro, este conhecimento é compartilhado entre membros de confrarias, redes sociais, blogs pessoais, colunas em jornais, etc. Além deste ponto, a cozinha como lazer também deixa o espaço do lar para se tornar uma atividade de entretenimento. Torna-se cada vez mais comum a oferta de vales-presente ou atrações em viagens turísticas, por exemplo, que oferecem aulas e mini-cursos culinários para presentear e entreter turistas, pessoas da terceira idade e também crianças.

As receitas são uma das formas de divulgação de práticas culinárias e ainda que não nos dediquemos exclusivamente às suas análises, compreendemos que elas são essenciais para se verificar escolhas, permanências, mudanças, inovações, estabelecerem fronteiras entre o que é “tendência” e o que “não está mais na moda”, enfim, todo o aparato de regras que de forma indireta revela o seu destinatário, que

classifica e qualifica o cozinheiro. Em nossa análise, vemos que as “regras” do bem cozinhar e do bem comer revelam, nas fontes analisadas, as características de um “léxico” alimentar de cada época. Percebemos que enquanto em *Claudia Cozinha* as receitas têm textos mais simplificados e informais, os ingredientes são de fácil acesso e os utensílios são aqueles que a maioria das pessoas tem em casa, *Gula*, por outro lado, exige um conhecimento mais específico, maior poder aquisitivo para a compra de insumos e utensílios, além de habilidades culinárias mais apuradas. Como ela faz esse “elo” entre o universo dos chefs para os leitores busca valorizar a técnica no preparo de molhos e caldos e também em especificidades bem comuns aos profissionais, como cortes de vegetais e carnes, bases, uso de temperos, dentre outros.

Quando nos referimos às permanências, podemos concluir que os fazeres e práticas alimentares analisados a partir das representações midiáticas revelam a importância dada ao alimento enquanto elemento de celebração. Verificamos também uma preocupação com o seu preparo ideal, a melhor forma de apresentá-lo e a recorrente menção a compartilhar o resultado com amigos e familiares. Em relação às mudanças, fica claro para nós, que determinadas atividades, como cozinhar, por exemplo, são reinterpretadas na contemporaneidade e revestidas de sentido que vão além da nutrição e da administração dos recursos financeiros. Ou seja, as atividades que exigem um conhecimento prévio e também habilidades práticas, representam também uma forma de distinguir-se entre os seus pares por meio do status e da escolha. Se antes a cozinha era o recôndito do lar, onde a cozinheira fazia as suas atividades de forma mais reservada, a cozinha atual abre-se aos convivas espectadores revelando os interiores da cozinha, os temperos, artefatos, dentre outros. Se o restaurante é o espaço por excelência de “ver e ser visto”, a cozinha atual é o espaço de “mostrar e ser mostrado” revelando os saberes e fazeres para além dos limites privados.

A partir da análise nas inúmeras fontes percebe-se que o tema da gastronomia, especialmente as “artes do fazer” culinário, convivem lado a lado com o respeito à tradição e manutenção das identidades culturais e a busca pela inovação, pelas transformações alimentares relacionadas ao “aperfeiçoamento” do gosto. Somado a isto, é possível vislumbrar o reconhecimento do profissional de

cozinha para além dos limites do seu trabalho. O cozinheiro profissional que criava nos bastidores da cozinha não é apenas alçado ao status de celebridade, reconhecido como tal, como também representa um indicador de status também para o comensal que tem acesso às suas produções ou restaurante. O desejo de distinção analisado por Pilla (2004) é evidente no contexto da sociedade contemporânea em que os antigos manuais de civilidade, são “revisitados” sob a forma das revistas e conteúdos midiáticos que também ensinam a como alimentar-se da maneira correta, como se portar e assim por diante. Além das fontes citadas, procurou-se também em artigos de revistas, jornais e internet referências que ajudassem a compor o cenário da supervalorização da gastronomia no Brasil no período analisado. É incorreto afirmar, porém, que a gastronomia no país não existia antes dos anos 90-2000. O que podemos alegar é que atualmente é dada uma ênfase muito maior a esta nomenclatura profissional em diversos segmentos. A interpretação do que é gastronomia hoje não pode desconsiderar a história de inúmeros estabelecimentos no país que inauguraram técnicas de serviço, oferta pioneira de pratos internacionais e nacionais e que representaram um cenário para a sociabilidade e a comensalidade à época.

Esta questão nos leva a interpretação da cozinha enquanto palco de disputa e tensão quando a pensamos a partir da ideia da distinção e do status. Não são apenas os programas de televisão que exploram a competitividade entre os cozinheiros, mas também os conteúdos recorrentes nas diferentes mídias que incitam uma verdadeira “corrida” pelos conhecimentos gastronômicos nos mais diversos segmentos, gerando além do entretenimento também uma infinidade de outros produtos rentáveis. Seria inocente de nossa parte, contudo, não destacar a importância da divulgação dos conteúdos alimentares para um público cada vez mais ávido por informações a respeito do tema. Porém, buscamos alicerçar nosso estudo a partir da análise apresentada por Signe Rousseau, sobre a interferência da chamada *food media* em nossa capacidade de escolher a forma de nos alimentarmos e neste sentido não desenvolvermos autonomia para escolhermos o que nos convém, delegando esta tarefa a especialistas midiáticos. Se em todos os campos de nossa vida, demandamos independência e liberdade para escolha, porque ao decidirmos o que comer, quando comer e por que comer somos tão influenciados pelo aparato midiático? Na contemporaneidade, tão importante quanto

o que comemos é o nosso comportamento perante a comida que pode nos limitar e também nos definir.

Numa observação estritamente pessoal considero que hoje há uma midiaticização do gosto e isso não significa apenas a divulgação de produtos culinários, *chefs* e formas “corretas” de se alimentar, mas principalmente uma deficiência de debate nas diferentes mídias sobre a alimentação nos sentidos políticos, culturais e sociais. O que se vê, de maneira geral, é a reprodução de conteúdos que consideram apenas a alimentação como lazer, como algo superficial, fútil até. A maioria das pessoas que buscam informar-se sobre este tipo de conteúdo muito provavelmente está em busca justamente deste caráter mais utilitário e didático da comida, mas como procuramos entender a alimentação para além destes pontos entendemos que é preciso ampliar as discussões sobre o assunto, pois a comida e as práticas alimentares inserem-se primordialmente no âmbito da cultura e fazem parte da história. Logo, merecem ser pensadas para além das questões mercadológicas e de consumo.

Nesta análise, não foi possível fazer um estudo da recepção dos conteúdos midiáticos, mas pudemos ensaiar algumas reflexões principalmente sobre os temas veiculados pelas revistas que em nossa interpretação fornecem importantes informações sobre a disseminação de um padrão de gosto que é compartilhado e reproduzido em outros meios.

Desta forma, consideramos importante situar as nossas escolhas alimentares no exercício da autonomia e do pensamento crítico, buscando pensá-las para além da ação dos dispositivos de poder que delimitam e restringem a nossa experiência de vida.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRIL, 50 anos. A abril faz parte da vida dos leitores. Site disponível em: <http://www.abril.com.br/institucional/50anos/cartas.html>. Acesso: (outubro de 2013)
- ARMESTO, FELIPE, F. **Comida: uma história**. Rio de Janeiro. Record, 2004.
- AMARAL, Maria-Renata. **Da cozinha à sala de estar: um olhar sobre a gastronomia no jornalismo cultural brasileiro**. Pernambuco. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Artigo disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/72/72>. (Acesso jan/2013)
- ANNA, S.B, Denise. **Dietética e conhecimento de si**. In: NETO, V, Alfredo; RAGO, Margareth (Orgs.). Belo Horizonte. Autêntica Editora, 2009. pp.83 a 94.
- ARON. Jean Paul. **A cozinha: um cardápio do século XIX**. In: LE GOFF, Jacques, NORA, Pierre. História e novos objetos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976. p.172-175.
- AZEVEDO, Z, Felipe e PORTUGAL, S. Marcelo. **Abertura comercial brasileira e instabilidade da demanda de importações**. Revista Nova Economia, volume 1, 37-63, 1998.
- BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1970.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BRANDÃO, T, M, Frederico. **O jornalismo especializado e a especialização periodística**. Revista Estudos em Comunicação UNISINOS (online), 2009, nº 5, 115-133. (Acesso em 15/06/2013)
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- \_\_\_\_\_. **Identidade**. Entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Jorge ZAHAR Editor. Rio de Janeiro, 2005.
- BLEIL, Susana Inez. **O Padrão Alimentar Ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil**. Revista Cadernos de Debate Unicamp (online) 1998, vol. 6, 1-25. (Acesso 12/01/2013)
- BORGES, Maria Eliza Linhares Borges. **História & Fotografia**. 2ª. ed. Belo Horizonte-MG: Autêntica, 2003.



BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**; tradução Fernando Tomaz. 15ª. Ed. Rio de Janeiro, ed. Bertrand Brasil, 2011.

\_\_\_\_\_. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo, Edusp, 1984.

\_\_\_\_\_. **Gostos de classe e estilos de vida**. In: Questões de Sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BURKE, Peter. **O que é história cultural?** Zahar, RJ. 2008.

CANCLÍNI, Néstor García. **Culturas Híbridas- estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2001.

CARNEIRO, H. **Comida e Sociedade: uma história da alimentação**. Rio de Janeiro, Campus, 2003.

CARVALHO, Marcelo. **A transição urbana do alimento do espaço privado ao da mercadoria**. SESC- SP- Seminário Cultura e Alimentação, 2006.

CÉSAR, A.R, Maria. **(Des) educando corpos: volumes, comidas, desejos e a nova pedagogia alimentar**. In: NETO. V, Alfredo; RAGO, Margareth (Orgs.). Belo Horizonte. Autêntica Editora, 2009.p. 269-279.

COLLAÇO-LEICHT, Janine. **Cozinha doméstica e cozinha profissional: do discurso às práticas**. Caderno Espaço Feminino vol. 19 / nº 01 – 2008- acesso em maio 2012.

\_\_\_\_\_. **Restaurantes de comida rápida, os fast-foods em praças de alimentação de shopping centers: transformações no comer**. Estudos Históricos- CPDOC/FGV, Rio de Janeiro, nº 33, 2004. (Acesso dezembro 2013)

CHARTIER, Roger. **A História Cultural: entre práticas e representações**. 2ª Edição. Portugal: Difel, 1987.

\_\_\_\_\_. **O mundo como representação**. *Estud. av.* [online]. 1991, vol.5, n.11, pp. 173-191. ISSN 0103-4014. (Acesso: 10/01/2013)

CURCIO, Gustavo. **História Revista**. Aner- Associação Nacional de Editores de Revistas. São Paulo, 2011.

DIAS, Juliana. **Cozinhar é diversão e arte**. Site Malagueta News, 13/05/2010. (Acesso em outubro/2013).

DONNA, Enzo. **O mercado de Food Service no Brasil**. ESPM, 2010.

DOUGLAS, M & ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens - para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

ELIAS, N. **O processo civilizador**. V1. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 1994.

FECAROTTA, L e MAGENTA, Matheus. **Com 2 títulos entre os mais vendidos livros de gastronomia ganham espaço no Brasil**. Caderno Comida. Folha de S.Paulo, 05/09/2012. (Acesso em outubro de 2013).

FREY, Luisa. Dias Lopes: **Bom de garfo na história da gastronomia**. 2009. Disponível em: <[http://dolcissimavita.files.wordpress.com/2011/04/entrevista\\_final.pdf](http://dolcissimavita.files.wordpress.com/2011/04/entrevista_final.pdf)>. Acesso em: 10 de março de 2013.

FISCHLER, Claude. A **“McDonaldização” dos costumes**. In História da Alimentação, sob a direção de Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FOUCAULT, Michel. 1970. **A ordem do discurso**. São Paulo, Ed Loyola, 2010.

GALLAGHER, Catherine. GREENBLAT, Stephen. **A batata na imaginação materialista**. In: A prática do novo historicismo. Tradução Gilson César Cardoso de Sousa. Bauru, SP. Edusc. 2005. p.p 129-156.

GEERTZ, Clifford. **“Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura”**. In: A Interpretação das Culturas. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GIARD, Luce. Cozinhar. In: CERTEAU, Michel de. (Org.). **A invenção do cotidiano- morar, cozinhar**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

GHILARDI-LUCENA, Maria Inês. **Representações de gênero social na mídia**. Discursividade, Web Revista, CEPAD, n. 6, jul. 2010. Disponível em: <<http://www.discursividade.cepad.net.br/EDICOES/06/Arquivos/LUCENA.pdf>>. Acesso em: 17 de maio de 2012.

GOFF, Le, Jacques. NORA, Pierre. **A cozinha: um cardápio do século XIX**. In: História: novos objetos . Tradução de Terezinha Marinho. Rio de Janeiro. Livraria Francisco Alves. 1976. 2ªed. p.p. 160-198.

GOMES, G, Laura; BARBOSA, Livia. **Culinária de Papel**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nº 33, jan-jun de 2004, p. 3-23.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 7ª Edição. Editora HP&A. São Paulo, 2002.

HECK, Marina. **Comer como atividade de lazer**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nº 33, jan-jun de 2004, p. 136-146.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo, Aleph, 2009.

LIMA, L, Sandra. **Imprensa feminina, Revista Feminina: a imprensa feminina no Brasil, A Revista Feminina (1914-1936)**. Projeto História, São Paulo, n.35, p.221-240, dez.2007.

MARTINO, L. M. S. **Mídia e Poder Simbólico**, São Paulo, Paulus, 2003.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.

MENNEL, Stephen. **Taste, Culture and History**. Disponível em: <http://www.stephenmennell.eu/docs/pdf/TasteCultureHistory.pdf>. (Acesso em março/2013)

MIRA, Celeste Maria. Tese: **O leitor e a banca de revistas: o caso da Editora Abril**. Campinas, SP: [s.n.], 1997. Orientador: Renato Ortiz.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. 1ª Ed. Editora Senac, 2008.

\_\_\_\_\_. **A cozinha, lugar da identidade e das trocas**, in MONTANARI, M (org). **O mundo na cozinha: história, identidade, trocas**. São Paulo. Estação Liberdade. Senac, 2009. p. 11-17.

MORAIS, P, Luciana. **Cada comida no seu tacho: ascensão das culinárias típicas regionais como produto turístico- o Guia Quatro Rodas Brasil e os casos de Minas Gerais e Paraná (1966-2000)**. Tese (Doutorado em História) Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes- Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2011.

NEVES, Lúcia Maria.; MOREL, Marco.; FERREIRA, Tânia Maria. **História e Imprensa: representações culturais e práticas de poder**: Rio de Janeiro: DP&A, FAPERJ, 2006.

PILLA, C, M. **A arte de receber: distinção e poder à mesa- 1900-1970**. Tese (Doutorado em História) Setor de ciências humanas, letras e artes- Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2004.

POULAIN, J.P. **Sociologias da alimentação. Os comedores e o espaço social alimentar**. Florianópolis: Editora da UFSC. 2004

ROUSSEAU, Signe. **Food Media- Celebrity chefs and the politics of Everyday Interference**. Berg, London, 2012.

ROVIDA, F, Mara. **A segmentação no jornalismo sob a ótica durkheimiana da divisão do trabalho social**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero- Cásper Líbero, São Paulo, 2010.

RUPP, Isadora. **Da cebola ao glamour**. Caderno G ideias, Gazeta do Povo, 09/03/2013. (Acesso em abril/2013)

SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos- **Comida como lugar histórico**. História: questões e debates, Curitiba, nº 54, jan-jun 2011, Editora UFPR, p.103-124.

\_\_\_\_\_. **A Gastronomia Francesa: da Idade Média às Novas Tendências culinárias-** (Disponível em: [http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br/grupos/textos/gastronomi\\_francesa.](http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br/grupos/textos/gastronomi_francesa.)) Acesso em 19 de maio de 2012.

\_\_\_\_\_. **Os pecados e os prazeres da gula:os cadernos de receitas como fontes históricas.** Disponível em: <http://www.poshistoria.ufpr.br/fonteshist/Carlos%20Antunes.pdf>. (Acesso em jan/2013)

SAUCEDO, R, Daniele. **Do privado ao público: o universo do restaurante Bologna.** Dissertação (mestrado em História) Setor de ciências humanas, letras e artes- Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2002.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** São Paulo. Editora Contexto, 2013.

SCHMIDT, T, Suelly- **Alimentação infantil e o marketing da indústria de alimentos. Brasil, 1960-1988.** Tese (Doutorado em História). Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes- Universidade Federal do Paraná, Paraná, 2005.

VIANNA, Hermano. **O direito de querer menos.** Caderno Mais!, Folha de S. Paulo, 21/12/2003. (Acesso em dezembro/2013)

WHITE, Hayden.**Teoria literária e escrita da história.** Estudos históricos. Rio de Janeiro, vol. 7, n. 13, 1991.

## FONTES JORNALÍSTICAS

Claudia Cozinha 66a/março de 1967- Editorial- **O Sêlo de Claudia.**

Claudia Cozinha- Edição Comemorativa de 30 anos- Outubro de 1991. Capa. **30 anos de Cozinha Experimental de Claudia.**

Claudia Cozinha- Edição Comemorativa de 30 anos- Outubro de 1991. Texto: **A Honra de Cozinhar para as leitoras de Claudia.**

Claudia Cozinha- Edição Comemorativa de 30 anos- Outubro de 1991. Texto: **25 anos com as leitoras de Claudia.**

Claudia Cozinha- Edição Comemorativa de 30 anos-Outubro de 1991. Editorial: **A evolução da cozinha brasileira.**

Revista Gula: nº 6- jun-jul de 1992. Capa: **Deliciosa Majestade: Aprenda a preparar corretamente o faisão.**

Revista Gula: nº 12- jun-jul de 1993. Capa: **Receitas de Grandes Chefs para você comemorar conosco. Foto Sérgio Pagano.**

Revista Gula: nº 56- jun-jul de 1997. Capa/Matéria: **Os papos-de-anjo de Vinicius de Moraes. Matéria de Carmo Chagas.**

Revista Gula: nº 176- jun/2007. Capa/Matéria: **Edição Especial de 15 anos.**

Revista Gula: nº 206-abril/2010. Capa/Matéria: **As rapidinhas de Claude Troisgros: chef ensina receitas fáceis com jeito de alta gastronomia. Fotos de Virna Santola. Texto: Marco Antônio Barbosa.**

Revista Gula: nº 89-março/2000. Texto: **Cozinhando para os amigos.**

Revista Gula: nº 95- março/2000. Capa: **Alex Atala: um chef brasileiro chega ao estrelato.**

Revista Gula: nº 130- agosto/2003. Capa: **A Lasanha de Frango de Gisele Bündchen.**