

A COZINHA ORNAMENTAL: A CONSTRUÇÃO DO GOSTO POR MEIO DAS REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS

Sabrina Demozzi¹

Clóvis Gruner²

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, também os fazeres e saberes passam por processos de transição. É interessante, portanto, analisar 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. Investigamos, entre outros, como essas representações foram e são importantes para o processo de elaboração de identidades em torno do tema da alimentação.

Palavras-chave: Alimentação, comunicação, história.

Abstract

The feeding practices have an important role in the history and food culture. As we can perceive, habits and consumption of food have changed, so too have changed the knowledge and feeding practices. Due to that, it is very important to study how cooking practices are represented on the media, in particular in Brazilian specialized magazines, during different periods. We researched, along with other themes, how important are those representations to forge an identity on feeding practices.

Keywords: Feeding, communication, history.

Introdução

Este artigo visa a propor uma discussão sobre o tema da cozinha a partir da reflexão de conceitos como gosto, distinção e status em perspectiva histórica. Pretende-se também analisar qual o papel da mídia na manutenção e disseminação de comportamentos ligados à alimentação e os hábitos alimentares. Para isso, nortearmos nossa análise a partir dos conceitos supracitados dialogando com outros não menos importantes como a ideia de comida como cultura, a representação da cozinha, os valores simbólicos envolvidos na *food media*, entre outros.

A ideia de discutir a cozinha, ou melhor, a construção de discursos ligados aos fazeres e saberes culinários nasce de uma inquietação pessoal a respeito da imensa quantidade de

¹ Jornalista, mestranda em História pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), integrante do Grupo de Estudos e Pesquisas em História e Cultura da Alimentação.

² Doutor em História (Universidade Federal do Paraná), professor do Programa de Pós-graduação em História da UFPR.

publicações, programas televisivos, revistas e jornais que tratam do tema da alimentação em diferentes perspectivas. Ainda que exista uma quantidade considerável de produtos midiáticos sobre alimentação, não é exagero afirmar que há uma padronização de discursos e narrativas valorizando determinados agentes, empresas e marcas, em detrimento de outros.

Para isso, procurou-se analisar por meio de representações midiáticas, especialmente revistas, como se dá a identificação do cozinheiro e a representação dos fazeres culinários em períodos distintos contemplados entre o final dos anos 80 até os anos 2000. Esta escolha temporal é importante porque evidencia um momento de transições importantes na economia brasileira e no mercado de trabalho. Estes são pontos relevantes porque marcam uma mudança cultural em relação ao preparo e o consumo de alimentos no Brasil.

Dedicamo-nos a fazer uma análise de conteúdo de algumas matérias da edição comemorativa de Cozinha Claudia e da Revista Gula, especialmente aquelas que trazem como destaque receitas e *chefs* de cozinha. A partir disso, buscaremos fazer um paralelo com o texto de Roland Barthes “Cozinha Ornamental”, presente no livro *Mitologias* (2007), para acrescentar à nossa discussão. E finalmente, pretendemos brevemente apresentar alguns pontos relacionados à escolha e a interferência da “indústria simbólica da comida” na construção de discursos alimentares.

Comida como cultura

Podemos compreender a comida como cultura a partir de dois aspectos principais: o primeiro diz respeito ao entendimento da alimentação como objeto de preocupação acadêmica compreendida no âmbito da História e Cultura da Alimentação. 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.

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 ligadas 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 demais pesquisadores.

Por situar-se nesta fronteira interdisciplinar, os estudos em história e cultura da alimentação dialogam com as demais áreas do conhecimento como a comunicação, e oferece aporte teórico para discussões referentes à alimentação.

O segundo aspecto diz respeito ao entendimento social e cultural da alimentação. Esta noção nos revela aspectos da cozinha que vão além do caráter nutricional ou biológico da alimentação. Em nossa análise, compreendemos a comida como cultura a partir da conceituação de Massimo Montanari (2003), importante historiador da alimentação, para quem comida é interpretada como cultura porque é criada, produzida e consumida.

Ao “criar” a própria comida o homem está encontrando formas de garantir a sua subsistência e de seus pares a partir do manejo de tecnologias que permitam a produção e conservação de alimentos. Ainda que possamos remontar esta prática aos primórdios da civilização e na vida fora da cidade, a ideia de criar o próprio alimento pode ser revista na contemporaneidade quando são enaltecidas as qualidades de “criar” o próprio alimento mesmo no contexto urbano.

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).

O segundo ponto é o da comida como cultura quando preparada, porque “uma vez adquirido 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. Soma-se a este ponto, a ideia da invenção, de criar

mediante o que se tem disponível. Esta é uma discussão importante porque está relacionada aos aspectos da sobrevivência, da administração de recursos naturais e financeiros, da conservação de identidades alimentares, do entendimento da comida como “arte”.

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). Para nossa análise, consideramos especialmente a construção desses valores simbólicos por determinados veículos especializados, bem como relacionamos esta construção com a questão da escolha e a formação do gosto. Sobre a interpretação da cultura como a construção de significados, Geertz pontua que

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 (1978, p.89).

A alimentação compreendida como cultura também é historicamente construída, isso quer dizer que, da mesma forma que as outras expressões culturais também se verificam nas práticas alimentares, reivindicação de lugares de poder, de manutenção de identidades e significados, bem como, rupturas e transições acontecem. Para fazermos uma relação com o nosso objeto de estudo, citamos as práticas alimentares considerando o contexto do final da década de 80, começo dos anos 90, observadas em *Claudia Cozinha*. Tanto nos editoriais quanto na análise das receitas, percebe-se uma tendência a “simplificar” a cozinha para o público por meio das instruções para o preparo, do “atestado” de qualidade de alguns produtos e também na forma de dirigir-se à leitora. Citamos como exemplo o texto que abre as receitas da Edição Comemorativa:

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!

Este breve trecho revela a intenção da revista em evidenciar que a publicação acompanha o cotidiano alimentar do público há pelo menos 30 anos. Além disso, deixa claro de que as preparações não são sofisticadas, mas “que marcaram época”. Este critério de

escolha é baseado nas receitas que tiveram grande resposta do público no que diz respeito à aparência da preparação e a praticidade. Para o período analisado, é importante considerar que não havia tantos programas de televisão voltados à apresentação de receitas, e Claudia Cozinha supre esta necessidade de informar um grande público por meio de imagens explicativas e textos mais acessíveis.

Porém, esta escolha não é inocente. Claudia Cozinha não é diferente dos demais produtos jornalísticos em relação aos anúncios presentes na revista, e é visível na edição que analisamos o papel quase central da publicidade na divulgação e “validação” de determinados produtos. Um elemento que comprova esta argumentação é o Selo de Claudia e a Cozinha Experimental Claudia. Na edição nº 66 A, de março de 1967, o editorial faz menção a este Selo e ao seu objetivo.

A Cozinha Experimental de Claudia foi criada tendo em vista quatro objetivos: testar todas 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 fatores como saúde e orçamento. E finalmente a Cozinha Experimental atribui seu “Selo 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 Selo de Claudia que vamos falar. Você deve tê-lo visto em alguns produtos que compra sem saber exatamente o que significa.

O Selo 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.

Além do trecho acima, o editorial também define quais os critérios para se aprovar um produto. Claudia Cozinha funcionaria como uma espécie de intermediária entre a “dona de casa média”, como exposto no texto, e o fabricante de alimentos pontuando quais os aspectos precisam ser melhorados para que o produto esteja apto a receber o Selo de Claudia em suas embalagens, anúncios e cartazes. O objetivo seria “poupar” o trabalho da dona da casa, “levando-a a comprar produtos que já tenham a garantia de qualidade.”

Ainda que com o tempo esta prática fosse gradativamente sendo substituída pela validação formal das colaboradoras mais ilustres da revista, Edith Eisler e Bettina Onorrico, a partir da elaboração de receitas com produtos anunciados na revista, a ideia do Selo permanece ainda que implicitamente, pois se subentende que se está anunciado na revista então é bom, foi testado e tem qualidade.

Neste sentido, Claudia assemelha-se a Revista Gula, guardadas as diferenças editoriais e de conteúdo. A Revista Gula, que inicialmente tinha tiragem bimestral e depois se torna 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 estrangeiros, vinhos e iguarias. 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.

Inicialmente, Gula contava com pouquíssimos anunciantes, e com o tempo mais marcas passam a associar seus produtos à revista. Este é um processo natural de todo produto jornalístico, mas evidencia a importância da revista em validar determinados discursos porque isso vai ao encontro de interesses além da simples informação.

Não somos inocentes a ponto de “demonizar” esta prática, que é parte da sobrevivência da maioria dos veículos de comunicação, entretanto, ao situarmos esta questão no âmbito acadêmico e do ponto de vista da cultura, acreditamos ser pertinente analisar estes “não ditos” quando nos referimos à alimentação. Alguns estudiosos da alimentação, entre eles Michael Pollan, autor de *O Dilema do Onívoro*, tratam da sabedoria adquirida por meio da tradição culinária como contraponto à tendência contemporânea de relegarmos nossa responsabilidade alimentar à opinião de especialistas, livros diversos, publicidade, televisão, entre outros. Quando consideramos nosso objeto de estudo, que são especialmente as práticas de cozinha, relacionamos esta ideia com os saberes tradicionais na transmissão oral de receitas em que há participação afetiva e efetiva do aprendiz no processo e também no relacionamento sensorial com alimento para além do consumo, além de ser muito mais importante neste contexto do que a técnica. Sobre isto, Giard pontua:

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 (1986, p.220).

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.

As cozinhas ornamentais: comer com os olhos



As cozinhas que analisamos em Claudia e Gula, em momentos históricos distintos, inserem-se no que entendemos por “cozinha ornamental”, conceito 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”.

Na Edição Especial de *Cozinha Claudia*, verificamos alguns dos elementos analisados por Barthes. Nas preparações que ilustram a edição especial, percebe-se uma preocupação com a produção das fotografias ilustrativas, conforme podemos verificar na fala do editor de arte Atílio Braschera, veiculada em 1986, na ocasião da comemoração dos 25 anos de *Claudia Cozinha*:

As leitoras mandavam receitas e não podíamos publicar sem serem testadas antes. Isso foi o começo da Cozinha Experimental Claudia, coordenada pela Olga Krell. 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.³

Esta prática de produzir as fotos de alimentos para que estes pareçam mais apetitosos é algo recorrente na produção de conteúdos ligados à gastronomia. Tanto Claudia Cozinha como Gula utilizam-se dos mais diferentes artifícios para tornar o alimento mais saboroso, para se “comer com os olhos”. Portanto, o alimento ali exposto não é real, é um simulacro. Dificilmente, um leitor conseguirá reproduzir o alimento em sua plenitude, em seu ideal.

É muito pertinente e atual a discussão proposta por Barthes no que se refere à construção de um ideal de cozinha, ou melhor, de uma cozinha ideal. Esta cozinha não apenas está associada à cozinha como espaço físico, hoje um diferencial para venda de imóveis, um espaço a ser mostrado ao invés de “escondido”, mas também às práticas relacionadas ao cozinhar essencialmente voltadas para o consumo, status e diferenciação social.

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 (testemunham-no vários inquéritos) o sonho do chique; daí uma cozinha do revestimento e do álbi, 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).

Analisemos a discussão proposta neste trecho quando Barthes se refere à apropriação de um prato popular pela revista marcada pela distinção social. Este tipo de matéria é bastante comum nas revistas que analisamos, mais evidenciada em Gula. Citamos como exemplo uma

³ 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

matéria de destaque na revista Gula de agosto de 2003, nº 130. A matéria chama a atenção para a receita da lasanha de frango baseada na receita da mãe da modelo Gisele Bündchen. Ainda que se trate de uma das receitas mais populares do Brasil, esta merece destaque porque não é “qualquer” lasanha, mas sim, a lasanha de uma celebridade reconhecida.

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 pretensioso 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 as 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 que ilustram o alimento em Elle 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 Gula, que 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.

A análise destas receitas nos auxilia a identificar a qual cozinheiro Gula se refere. De acordo com Antunes (2008), 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).

O alimento “consumido pelo olhar” é também uma das preocupações da escritora 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*

abordagem sociocultural, levando em consideração a modernização da imprensa brasileira no contexto da indústria cultural.

Media, porém, ela nos fornece importantes pontos para pensarmos a questão da escolha e da liberdade diante do fascínio exercido pelos chefs-celebridade como Jamie Oliver, Mario Batalli, Nigella e outros.

Da mesma forma que Barthes analisa o fascínio exercido pelas fotografias dos alimentos em *Elle* e o desejo da revista em “mascarar” os alimentos a fim de passar uma falsa ideia de que esta cozinha pequeno-burguesa é a ideal e, portanto deve ser reproduzida por todos, Rousseau analisa principalmente o fascínio quase voyeurístico exercido pela televisão, parte essencial da poderosa indústria da *food media* e que influencia a maneira como nos relacionamos com a comida. Para Rousseau, “The apparent democratization of food is evident not only in the countless cultural of ‘ethnic’ food experiences available to us now in supermarket and restaurants, but also in the multitude of cookbooks, television shows and blogs that promise to make ‘available to all’ was previously the domain of professional chefs” (ROUSSEAU, p.9).

Esta citação de Rousseau nos leva a analisar outro aspecto da cozinha que é a construção do gosto por meio das representações midiáticas. Relacionado ao gosto estão o status e a distinção, conceitos propostos por Pierre Bourdieu e que nos ajudam a compor a fundamentação teórica deste artigo.

As construções de discursos sobre o gosto

O que é gosto? O que pode ser considerado de bom ou mau gosto quando nos referimos à alimentação? Stephen Mennell aborda alguns pontos que dizem respeito à percepção do gosto quando nos referimos a cozinhar e comer. Estas respostas podem estar relacionadas 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 é 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).

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). Neste sentido, 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).

Relacionamos esta análise de Bourdieu com um exemplo verificado na edição de Gula 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.

A imagem que ilustra a matéria principal é de um 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. 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, 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 (em francês ou italiano principalmente) 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.

Neste breve exemplo, verifica-se claramente a intenção de delimitar o público consumidor de Gula. Trata-se do homem e mulher de classe A que “adora comer e beber bem” e que utiliza Gula como um guia de “incursões” ao paraíso. Neste trecho, Lopes salienta que este leitor vibra e se delicia com as receitas veiculadas pela revista. Ainda que Gula não pretenda ser uma revista de “culinária”, conforme as palavras de J.A Dias Lopes, ainda há uma preocupação em disseminar algumas receitas de alta gastronomia que não

necessariamente serão reproduzidas pelas pessoas. Neste sentido, Gula diferencia-se de Claudia Cozinha na maneira de selecionar e transmitir as receitas. A primeira pressupõe uma sofisticação de conhecimentos, utensílios e práticas, enquanto Claudia no período analisado não exige um conhecimento tão específico.

A análise que fazemos das práticas alimentares nas representações analisadas tem relação direta com a distinção marcada pelo consumo. Mesmo que Claudia e Gula tenham inicialmente propósitos editoriais distintos, ambas fundamentam os conteúdos nas relações de consumo que permeiam a alimentação. Para além dos aspectos culturais da transmissão de receitas, fazeres e saberes culinários, tradição e identidade, revelam-se aspectos ligados à moda, ao status e o hedonismo alimentar.

É interessante o ponto de vista proposto por Mary Douglas e Baron Isherwood em *O mundo dos bens – Para uma antropologia do consumo* (2006), sobre as relações estabelecidas pelo consumo. 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).

Considerações finais

Quando Signe Rousseau analisa alguns componentes da chamada *food media*, ela também leva em consideração a interferência desta mídia na escolha alimentar e 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 ou comprarem revistas e livros de gastronomia, 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.

Relacionando estes pontos com as Revistas Claudia Cozinha e Gula, percebemos que para além da simples disseminação de tendências e de modas alimentares, verifica-se a necessidade de criar e manter estilos de vida ligados a uma dependência a este tipo de conteúdo. Claudia Cozinha, que surge em um momento de valorização da mulher como dona de casa e “administradora” do lar que necessita de uma voz que a represente em seus interesses, inclusive escolhendo por ela; Gula, por sua vez, surge em um contexto econômico distinto, em que a valorização da gastronomia no Brasil revela aspectos que vão além da cultura da alimentação, privilegiando interesses de grupos, manutenção e disseminação de gostos considerados ideais.

Desta forma, consideramos que hoje observa-se uma “mídiação” do gosto e isso não significa apenas a divulgação de produtos culinários, chefs e formas “corretas” de se alimentar, mas principalmente uma padronização no 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, consumo, como algo superficial, desprovido de essência. 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.

Para nós, a escolha e o gosto alimentar situam-se nos limites da subjetividade e autonomia e é preciso entendê-los a partir da possibilidade de pensamento crítico e autônomo. Naturalmente que devemos considerar que a imensa quantidade de informação referente à alimentação não encontra precedentes na história, e neste sentido contribui para que mais pessoas tenham acesso a diferentes expressões alimentares no mundo globalizado. Por outro lado, ao considerarmos a padronização de gostos proposta pela *food media*, devemos nos indagar sobre os limites desta indústria simbólica de “cozinhas ornamentais”.

(*Artigo enviado em 05/12/2013, aprovado em 19/12/2013.*)

Referências

- BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil/Difel, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- 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: Vozes, 2006.
- DOUGLAS, M & ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens - para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.
- MONTANARI, Massimo. *Comida como cultura*. 1ª Ed. Editora Senac, 2008.
- ROUSSEAU, Signe. *Food Media- Celebrity chefs and the politics of Everyday Interference*. Berg, London, 2012.
- SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. Comida como lugar histórico. *História: questões e debates*, Curitiba, nº 54, jan-jun 2011, Editora UFPR, p.103-124.

Periódicos

- Claudia Cozinha. São Paulo: Editora Abril: outubro 1991, número 361. pp. 8 a 50.
- Claudia Cozinha. São Paulo: Editora Abril: março 1997, número 664.
- Gula. Editora Peixes, edições mensais contempladas entre 1992 e abril 2010.