



## **Significados sociais da alimentação contemporânea: Um estudo de recepção midiática**

**Ricardo Sun Ho Han, graduado em Comunicação Social pela ESPM-SP**

**Ricardoshhan@gmail.com**

**Vinculação Institucional**

### **Resumo**

Neste artigo nos propomos a compreender os significados sociais da gastronomia na contemporaneidade analisando os estímulos midiáticos recentes, além da gastronomia como texto cultural midiático. Apoiado em pesquisas bibliográficas, trazemos autores como Carneiro, Cascudo e Flandrin para tratar da historicidade da alimentação e sua importância social; Kellner e Silverstone na questão de Cultura da Mídia. Por fim, através da pesquisa documental nos debruçamos sob o programa MasterChef Brasil a fim de observar sua construção como texto cultural midiático.

**Palavras-chave:** Alimentação; gastronomia; cultura da mídia; estudo de recepção

É evidente a importância da alimentação e da comida na construção histórica do ser humano, desde épocas pré-históricas até os dias atuais dominados pelo cenário contemporâneo, estetizado, do espetáculo e do hiperconsumo (NETO, 2009), onde os meios dominantes de informação e entretenimento contribuem para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e sentir (KELLNER, 2001). No cenário contemporâneo, Neto mostra que “as diversas esferas da vida cotidiana sofrem alterações, particularmente as práticas sócio-culturais e comunicacionais da culinária e da gastronomia, mediante o agenciamento midiático, juntamente com a estetização e espetacularização” (NETO, 2009, p.15).

Ingerir comida é uma necessidade natural e intrínseca do ser humano, visto que os elementos essenciais à sobrevivência do homem como gorduras, proteínas, fibras, vitaminas, sais e água são retirados dos alimentos. Para Cascudo (1983), “depois da respiração, a primeira determinante vital é o alimento” (CASCUDO, 1983,



p. 395). Carneiro (2003) compartilha desta opinião quando diz que “a alimentação é, após a respiração e a ingestão de água, a mais básica das necessidades humanas” (CARNEIRO, 2003, p. 1).

É certo dizer que na aurora da humanidade, os homens pré-históricos baseavam sua dieta em aspectos unicamente nutricionais, sendo a alimentação algo desvinculado de outros fatores sociais e portanto não podendo ser considerada como cultura ou tradição (FLANDRIN, 1998). Porém, comer não se consolidou como um ato solitário baseado unicamente na satisfação das necessidades fisiológicas do homem.

A alimentação vai muito além disso e se vincula intimamente a um caráter social e coletivo. Ao longo da história, diversos povos e culturas variadas atribuíram à gastronomia um mundo simbólico de significados. O ato de alimentar-se transcendeu do próprio imediatismo fisiológico da nutrição (CASCUDO, 1983), tornando-se fruto de um determinado ambiente natural e reflexo da cultura e identidade das comunidades locais.

Mas a alimentação como fenômeno social não se limita ao ambiente natural e cultural. São diversos outros aspectos sociais que impactam e provocam alterações profundas nos hábitos alimentares de uma civilização. Para Carneiro, a alimentação vai muito além, se tornando um “complexo sistema simbólico de significados sociais, sexuais, políticos, religiosos, éticos, estéticos, etc.” (CARNEIRO, 2003, p. 01)

A religião, por exemplo, concebeu costumes e leis sólidas que impactam na alimentação de alguns povos. Os hindus são em sua predominância vegetarianos, judeus não comem carne de porco e os cristãos concebem a noção de pão e vinho como sendo o corpo e o sangue divinos (CARNEIRO, 2005).

Além de questões religiosas, podemos citar os critérios morais, natureza políticas, hierarquias sociais, organização da vida cotidiana, economia e demografia



como alguns outros aspectos que influenciam o costume alimentar. A economia por exemplo, influencia a alimentação na medida em que a capacidade de sobrevivência de um povo é medido pela quantidade de alimento suficientes para a manutenção e reprodução da coletividade. Além disso, podemos indicar a alimentação como fenômeno fundador da economia, uma vez que a primeira produção que se tem notícia foi a produção de alimentos (CARNEIRO, 2003, p. 16).

Além disso, a economia guiou grandes mudanças em hábitos alimentares, vide as transações e sistemas de trocas de alimentos entre povos e as grandes navegações que abriram o horizonte para descobertas e intercâmbio de novos produtos, especiarias como moedas de troca e miscigenação de novos ingredientes. A comida também possui significados eróticos e frequentemente está associada ao sexo e libido, sendo citado e relacionado com pecados como gula, soberba ou até mesmo luxúria. Comer também pode estar relacionado diretamente com o conhecimento. A etimologia das palavras saber e sabor possuem raízes comuns, vindo da palavra *sapere*, que significa “ter gosto” (CARNEIRO, 2003, p. 5)

Também é importante esclarecer as diferenças entre os termos relacionados ao universo da alimentação. A própria simbologia da palavra “alimentação” traz consigo não apenas e simplesmente o ato de se alimentar. Dentro deste contexto, a alimentação supõe que “o que se come é tão importante quanto quando se come, onde se come, como se come e com quem se come” (SANTOS, 2005, p. 13). Outro termo em evidência é o paladar, ou como Cascudo (1983) diz, “tradição gustativa”. São as rede de tradições e costumes milenares que dão o tom do paladar contemporâneo da sociedade ou indivíduo. O paladar das pessoas está sujeito a fronteiras intransponíveis, riscada pelo costume de milênios (CASCUDO, 1983).

Diretamente relacionado ao paladar está a gastronomia, ou segundo Flandrin (1998, p. 667) “a nova ciência do comer bem”. A gastronomia também pode ser definida como *arte* – a gastronomia foi qualificada como arte pela primeira vez em



1764 (FLANDRIN, 1998) – e tem papel mais abrangente do que tornar os alimentos mais digeríveis. O uso da imaginação, a supresa do paladar, a arte de transformar o alimento visando apenas a satisfação do paladar, a gastronomia engloba todos estes aspectos.

Dória vai em concordância com Flandrin e diz que a gastronomia compreende o prazer ao comer, uma perseguição implacável da perfeição, expressa na excelência das preparações, uma arte que tem o “propósito de potencializar sabores e outros prazeres sensuais que se organizam em torno da mesa” (DÓRIA *apud* NETO, 2008, p. 28)

A comida em si, os grãos, carnes, vegetais, massas e afins, ainda que possa parecer somente algo que nos prove os nutrientes necessários para a manutenção do corpo humano, é possuidora de um significado muito mais amplo e profundo. A comida carrega um universo poderoso de simbologia social, cultural, demográfico, religioso (CARNEIRO, 2003). Significados modelados através de anos e que se perdem na frugalidade do cotidiano atual.

Do outro lado do espectro alimentar está a nutrição, que conta com uma outra abordagem. A nutrição está intimamente relacionada a dietética, função nutricional dos alimentos. Esta abordagem já esteve em grande evidência quando a alimentação era sinônimo de saúde e nada mais. A “libertação” definitiva da cozinha veio nos séculos XVII e XVIII (FLANDRIN, 1998), em um período clássico da Europa, principalmente da França que descobria o conceito de “bom gosto” na mesa. É importante ressaltar que Flandrin (1998) possui uma visão mais centrada na alimentação européia, sem a pretensão de descrever a história mundial da alimentação. Desse modo, os fatos expostos aqui não correspondem à totalidade dos caminhos alimentares universais.

Algumas perguntas se mostram pertinentes neste percurso alimentar ao longo da história: quando o paladar e o “comer bem” ganham importância no contexto da



alimentação? Quando a função gastronômica dos elementos se sobrepôs à função dietética? Quando que se preferiu o gosto às funções nutricionais do alimento? Evidentemente essa mudança não ocorreu do dia para a noite.

Em um primeiro momento, a diversidade de pratos na mesa foi explicada pela diversidade de temperamentos dos consumidores. Presumia-se então que as diferenças de apetites estavam ligados à fundamentos naturais do indivíduo (FLANDRIN, 1998), visto que os temperamentos não podiam ser alterados.

Progressivamente, especialmente durante o século XVIII, as razões dietéticas são esquecidas e a explicação mais corrente para a diversidade de alimentos nas refeições é baseada na “gula e ostentação” (FLANDRIN, 1998, p. 669) e “harmonia dos sabores” (p. 675).

A cozinha é uma “arte” que fez grandes progressos principalmente pela acepção do gosto e do paladar, que se tornaram cada vez mais importantes a medida que as nações foram se desenvolvendo. Estes processos de mudança se estabelecem lentamente, sem ruídos, através dos anos, fazendo com que a arte culinária acompanhasse o desenvolvimento das outras belas-artes que passaram a valorizar o bom gosto (FLANDRIN, 1998).

Desse modo, a gastronomia ou “ciência do comer bem” (FLANDRIN, 1998, p. 688), tem início no século XIX e busca oferecer a melhor alimentação possível para o homem, sob a ótica do paladar.

Estudar a história da alimentação é estudar a história da humanidade. As mudanças alimentares andam lado a lado com a evolução das civilizações e do ser humano. Milhares de anos se passam e alguns alimentos continuam presentes nas refeições diárias das pessoas, alimentos seculares que conservam tradições de extremo prestígio, mas que hoje caem na vulgaridade do uso, quase anônimos e perdidos, carentes de relevância simbólica e significação social. No atual cenário contemporâneo, a refeição e o alimento são desprezados, enquanto os elementos



COMUNICON 2015

congresso internacional  
comunicação e consumo

5º ENCONTRO DE GTS  
1º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO  
2º ENCONTRO BINACIONAL

PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2015 (5 a 7 de outubro 2015)

materiais da alimentação são elevados e considerados no discurso moderno (CASCUDO, 1983).

A relação dos habitantes de grandes cidades com as refeições é paradoxal: ao mesmo tempo em que as pessoas possuem um apetite voraz, estão preocupadas em comer o mais rápido possível a fim de voltar sua atenção para outras tarefas (FLANDRIN, 1998). O alimento é consumido às pressas, as pessoas comem no lugar em que se encontram para não “perderem” tempo. Escritórios, lanchonetes e até a rua são lugares escolhidos para se fazer uma refeição.

A inquietação moderna gera nas pessoas a necessidade de apenas se nutrir, “os apetites são substituídos pelas fomes” (CASCUDO, 1983, p. 42) impedindo a percepção do paladar, apenas a distinção superficial do gosto padronizado da comida, sem dar importância ao conjunto de significados simbólicos que uma refeição carrega com si. Cascudo define esta sobreposição da modernidade ante a tradição gustativa como sendo algo “não humano, não natural e portanto não social” (CASCUDO, 1983, p. 43).

O *fast food* é um paradigma da forma contemporânea de se alimentar. Seu modelo de produção se aplica ao *taylorismo*, a divisão e racionalização do trabalho, provocando um fenômeno de produção e consumo em série, homogeneizante e padronizante (CARNEIRO, 2003).

A economia capitalista conseguiu de alguma forma influenciar os comportamentos alimentares da geração atual. Porém, é possível observar uma tendência de revalorização de alimentos regionais e respeito às tradições culinárias locais. Se a *Coca Cola*, o *fast food* capitaneado pelo *Mc Donald's*, o pão branco industrial e o café se disseminaram pelos mais diversos países do globo, a tradicional estruturação das refeições, apesar de abaladas, se mantém firmes e sólidas.

Os produtos regionais tem um renascimento no final dos anos 60, em um movimento de oposição ao progresso desenfreado. É um retorno aos valores naturais,



em oposição a um mundo artificial, o autêntico e estável versus as transformações regidas pela economia de mercado (POULAIN, 2006). Segundo o autor, o interesse atual pelas cozinhas regionais vai muito além do paladar. Ela evoca um “espaço social” nostálgico, rememorando um tempo onde não havia angústia, mas sim uma cultura culinária muito bem identificada. (POULAIN, 2006).

Os horários das refeições principais continuam imperativos, apesar de conviverem agora com a versatilidade dos lanches rápidos. A função social da refeição se mostra tão importante quanto antes. O alimento não serve apenas para nutrir mas também desenvolve uma relação convivial, um prazer compartilhado que só acontece com um mínimo de cerimônia, por mais simples que este seja (FLANDRIN, 1998). Um habitual almoço de negócios exige mais conversação, sociabilidade e etiqueta do que uma refeição congelada em frente à TV, por exemplo.

O desenvolvimento da industrialização alimentar e seu conseqüente risco às identidades locais são motores para a supervalorização da tradição popular (POULAIN, 2006). A história mostra que quando as tradições locais são postas em perigo, a cozinha e a mesa aparecem como locais de resistência (POULAIN, 2006).

Os comportamentos alimentares humanos não se perderam, apenas se transformaram para se adaptar à realidade contemporânea. Em um exercício sociológico, ao olhar para o futuro da alimentação, é difícil imaginar o desaparecimento completo das estruturas tradicionais. As transformações são inevitáveis, os progressos tecnológicos e científicos afetam e transformam a relação do homem com o ambiente sócio cultural. O que nos resta é saber administrar com clareza e inteligência o passado, presente e futuro.

É importante ressaltar que os significados da alimentação podem mudar com o tempo juntamente com a transformação da sociedade e a cultura local ao qual está inserida. Ao mostrar que a gastronomia e a alimentação não se restringem a si mesmas e abrangem grande parte do histórico social, podemos dizer que a gastronomia de um povo é fruto de um ambiente natural, da cultura própria das



comunidades e que foi sendo caldeada ao longo do tempo pelos recursos disponíveis, pelas necessidades da população e pelas práticas ancestrais tidas como tradições (CASCUDO, 1983).

Há então um conflito iminente entre a tradição e progresso na alimentação humana. A alimentação é o espaço das permanências e portanto aquele em que se fixam mais profundamente as tradições culturais de um povo. A tradição alimentar preserva o paladar próprio daquela cultura, sendo que a escolha de alimentos no nosso dia a dia está ligada a um complexo cultural inflexível (CASCUDO, 1983).

Na contramão da tradição vemos inovações e progressos científicos e tecnológicos que impactam o ritmo e a estrutura da vida contemporânea, alterando padrões e comportamentos do homem. A procura por praticidade, busca desenfreada por lucro, influências da *Cultura da Mídia*, *Sociedade do Espetáculo*, novos meios convergentes e outros fenômenos contemporâneos afetam o modo como a alimentação é tratada atualmente.

Não há como negar a importância da gastronomia e suas implicações sociais. Encontros familiares em volta de uma refeição reforçam o sentimento de coesão e união, importante para estreitar os laços sociais (FLANDRIN, 1998). Crianças aprendem diversos valores a ser compartilhados, regras sociais vigentes de como se comportar em sociedade. Momentos de alegria são muitas vezes compartilhados com uma ocasião festiva que envolve refeições e comida tais como casamentos, aniversários, festas em geral, encontros íntimos.

A gastronomia e todas as suas vertentes são grandes ferramentas que favorecem o convívio social, tão importante à natureza humana. No Brasil, a gastronomia sempre teve ligação direta com a história e fatores sociais que acabaram moldando costumes e a maneira como o brasileiro se alimenta. O cardápio do brasileiro tem grandes influências de uma tríade: índios, portugueses e africanos. O Brasil é um país com fortes ligações com a gastronomia, onde as relações sociais são





formalizadas e tangibilizadas através da comida. O povo possui um paladar específico, que molda seus costumes e que por eles é moldado. Não há argumento convincente contra o paladar, não há provas científicas acima das tradições cimentadas por séculos na sociedade local. O estômago é dominador, imperioso, inadiável (CASCUDO, 1983).

Tendo em vista a importância do tema supracitado, podemos observar que a gastronomia e os segmentos ligados a alimentação estão em evidência na contemporaneidade. Dados da Abia<sup>1</sup> (Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação) indicam que, em média, um terço do orçamento de uma família é gasto na alimentação fora de casa, sendo que em 2020 a expectativa é que esse número chegue a 40% do orçamento. Isso acontece devido ao ritmo acelerado da vida moderna, que exige cada vez mais tempo fora de casa e rapidez nos processos cotidianos, levando a um desprendimento das tradições milenares de se fazer a refeição em família, onde a alimentação era um elemento central e fundamental da vida familiar.

Além da alimentação rápida, encaramos o crescimento da alimentação como atividade de lazer. Os processos da globalização, a imensa quantidade de informação disponível, as quebras de paradigmas e a mudança de princípios e valores contribuem para uma sociedade ansiosa, de transformações aceleradas e pessoas cada vez mais exaustas. Esse cenário estimula a frequente busca por novas formas de entretenimento e o ato de se alimentar adquire um novo significado, um valor simbólico social que evoca o prazer de uma refeição como escape da vida contemporânea.

Não é novidade que vivemos em uma sociedade midiática onde a cultura veiculada pela mídia atinge todas as esferas da atualidade, inclusive a gastronomia. Segundo Kellner (2001, p. 09), “a *Cultura da Mídia* almeja grande audiência e

<sup>1</sup> Disponível em:

[http://www.abia.org.br/anexos/Alimentacao\\_fora\\_do\\_lar\\_registra\\_maior\\_crescimento\\_em\\_dez\\_anos.pdf](http://www.abia.org.br/anexos/Alimentacao_fora_do_lar_registra_maior_crescimento_em_dez_anos.pdf). Acesso em: ago. 2014.



portanto deve ser eco de assuntos e preocupações atuais, apresentando dados hieroglíficos da vida social contemporânea”.

A televisão está no cerne da *Cultura da Mídia* e é um dos principais veículos da sociedade *high tech* atual. É neste meio que encontramos diversas modalidades de programas gastronômicos, produtos culturais que fornecem uma avalanche de informação e entretenimento e que, de certo modo, acabam por dominar o tempo de lazer das pessoas, além de fornecer símbolos e recursos que ajudam a construir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos (KELLNER, 2001).

E como é de se esperar, a *Indústria Cultural* fez da gastronomia um assunto que reverbera no contexto da mídia e se consolida cada vez mais como texto cultural midiático. Hoje, são inúmeros os programas, tanto em TV aberta quanto na TV fechada, que têm a alimentação e a gastronomia como temas principais.

É visível que houve uma midiaticização da gastronomia nos últimos anos, com produções midiáticas e influências de meios como a internet, que conferiram visibilidade ao alimento. Porém, a televisão continua sendo elemento essencial na análise de uma linguagem audiovisual dedicada a gastronomia na contemporaneidade.

Quando nos propomos a analisar o programa de TV, trabalhamos com uma série de signos compostos que criam um significado, que trataremos aqui como uma expressão da cultura. Culinária e gastronomia são linguagens da cultura da alimentação que utilizando os alimentos como código e os utensílios de cozinha como mediadores, resultando em uma midiaticização que é o programa de TV (JACOB, 2010, p. 06).

Originalmente, o universo da alimentação era representado na TV pelo formato clássico do programa de culinária. Nele, o apresentador se utilizava de técnicas quase didáticas para ensinar o público a preparar a receita do dia. O formato consiste na exposição do prato que será feito, seguido da apresentação dos



ingredientes e explanação das etapas de preparo. Devido à necessidade dos programas televisivos de se adequarem ao cronograma da grande horária, bem como a natureza imprescindível de manter a atenção do telespectador com dinâmica e outros elementos textuais, grande parte dos procedimentos da receita já são realizados previamente (NETO, 2009). Ingredientes e equipamentos estão colocados em seus devidos lugares para a rápida execução da receita.

No exterior, uma das culinárias que mais fez sucesso foi Julia Child. A norte americana foi a responsável por difundir a cozinha francesa nos EUA, através de seu livro de dois volumes “*Mastering the art of French cooking*”, lançado em 1961<sup>2</sup>. Ela também foi uma das apresentadoras culinárias pioneiras na televisão, debutando em 1963 no canal *WGBH-TV*, uma afiliada da rede *PBS* de televisão. Recentemente, a cozinheira virou tema do filme *Julie & Julia* lançado em 2009, devido ao sucesso de suas incursões em programas matinais na TV americana.

No Brasil, o exemplo mais conhecido é o de Ofélia Anunciato, que estreou como apresentadora na TV Santos em 1958 e posteriormente foi contratada pela Rede Bandeirantes, onde apresentou o programa “Cozinha Maravilhosa de Ofélia” por quase 30 anos. A atração também era matinal e ia ao ar de segunda a sexta.

Os programas de culinária não cumprem mais sua função original de “ensinar” receitas. As diversas fontes de informação disponíveis nos mais variados meios, alguns deles mais instantâneos que a televisão, enfraqueceram o caráter pedagógico da TV. Mas nem por isso este meio de comunicação perdeu sua força. Muitos telespectadores assistem aos programas de culinária como atividades de entretenimento, apenas desfrutando da realidade mediada através das imagens da televisão. As texturas, cores, sons e imagens despertam diversas sensações no público, que por sua vez são “absorvidos” pelas ferramentas agradáveis do espetáculo da mídia.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.biography.com/people/julia-child-9246767>. Acesso em abr. 2015.



Diversos outros moldes e formatos de programas surgiram com o tempo: aquele que mescla alimentação e cultura, gastronomia e viagem, comida e estilo de vida, alimentos exóticos, reality shows e competições gastronômicas, etc. O universo alimentar possui uma recepção positiva na cultura de massa, tanto que foi incorporada por outras esferas culturais e hoje é uma valorizada linguagem social.

Através de uma pesquisa documental, vemos que há cerca de 80 programas alimentares e gastronômicos sendo exibidos nacionalmente, especialmente na TV fechada. Além disso, há emissoras de TV dedicadas exclusivamente a gastronomia, como o *Chef TV* que conta com 32 programas em sua grade de programação. É interessante notar que, apesar dos programas se apresentarem nos mais variados formatos, o modelo clássico de “ensinar” o telespectador a preparar um prato ainda continua sendo muito utilizado. É um processo quase didático onde o apresentador, geralmente um chef de cozinha, explica etapa por etapa, mostra os ingredientes e matéria prima necessária e envolve o público com carisma e habilidade na cozinha.

O sucesso dos programas gastronômicos e culinários é manifestado de diversas maneiras. Em um estudo da Ibope para o Valor<sup>3</sup>, de 2013 para 2014 houve um aumento de 38% nos programas do segmento gastronômico. Programas de culinária, que antes ocupavam a 31ª posição no ranking de atrações mais assistidas, hoje ocupam a 26ª posição. Novelas, programas de auditório, shows e futebol continuam sendo as atrações mais assistidas.

Outra fórmula televisiva explorada atualmente são os programas de competição culinária como *Top Chef* e *MasterChef* (que recentemente ganhou uma versão brasileira, exibida no canal Bandeirantes). Estes programas são ligeiramente diferentes em suas características, mas contam com a mesma mecânica: são diversas pessoas submetidas a provas que testam suas habilidades na cozinha e que são

<sup>3</sup> Disponível em: [http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/ed815\\_grade\\_de\\_culinaria\\_na\\_tv\\_aumenta\\_38/](http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/ed815_grade_de_culinaria_na_tv_aumenta_38/). Acesso em abr. 2015.



avaliadas por jurados consagrados no ramo da gastronomia. O programa funciona no estilo de “eliminação”, onde a cada episódio um integrante é eliminado do programa, restando apenas um vencedor.

Em uma análise interpretativa do programa, primeiramente destaca-se o uso da gastronomia como temática de entretenimento para dar suporte ao formato de reality de competição. Devido à proliferação de temas relacionados à alimentação na sociedade contemporânea, a gastronomia se torna relevante como tema de agendamento midiático. É importante ressaltar que o programa não possui o objetivo de ensinar os espectadores a cozinhar como os programas de culinária, apesar de ocasionalmente expor um caráter informativo.

O caráter performático do programa está presente em vários aspectos percebidos durante os episódios. O papel dos jurados como especialistas rígidos, que pressionam os participantes a fim de adquirir maior qualidade e agilidade nos pratos; o tempo para a realização das tarefas, que é sempre motivo de tensão para participantes e espectadores; a trilha sonora, constante durante quase todo o programa e que contribui para a construção do ambiente competitivo. Os personagens adotados pelos participantes, de forma consciente ou não, também corroboram na construção da temática ficcional, apesar de vários “atores” do programa dizerem que não fazem nenhum papel no reality, são autênticos e naturais.

O indivíduo participante adere a um personagem para projetar sua existência de forma pública. Mais do que perceber como o indivíduo deseja ser retratado no programa, vemos como o reality constrói sua imagem e identidade, através de edições e outras técnicas midiáticas. No que se refere à estetização da imagem e da experiência, o programa busca sempre valorizar as texturas dos ingredientes e dos alimentos, a representação final dos pratos e o momento em que os jurados provam a comida.



A gastronomia como texto midiático é tratada como algo especial, de certa forma gourmetizada, distante das refeições caseiras do dia a dia. A gastronomia se mostra, além do ambiente da cozinha, um estilo de vida a ser seguido, repleto de valores e princípios. Isso fica evidente quando os personagens do reality dizem para “honrar a dólmã que estão vestindo” ou quando Paola Carosella diz, no episódio 10, que “é tão lindo trabalhar na cozinha ... é muito bonito o que a gente faz”.

Como abordado anteriormente, MasterChef é um programa híbrido pois, apesar de trazer elemento da realidade e se tratar de cozinheiros amadores que buscam um sonho de se tornarem profissionais, ainda há fortes elementos ficcionais que contribuem para o caráter lúdico e de entretenimento do programa. Como a própria apresentadora do reality diz, MasterChef é a maior competição culinária do mundo, ou seja, as características de uma competição como rivalidade, conflitos e disputas ainda são fortes elementos empregados.

Portanto, o reality se apresenta como um campo sedutor de entretenimento que se utiliza de elementos simbólicos da gastronomia e alimentação, temas aclamados na contemporaneidade, para compartilhar um sistema de valores e estilos de vida com o telespectador. Para este, o principal fator atrativo do programa não é o domínio das técnicas de cozinha e nem os modos de preparo dos alimentos, mas sim a apreciação pela gastronomia e seus elementos enquanto configuração de programa de caráter competitivo.

## Referências

CARNEIRO, Henrique. **Comida e Sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CASCUDO, Luís da Câmara: **História da Alimentação no Brasil**. Belo Horizonte, Itatiaia; São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 1983.



FLANDRIN, Jean-Louis & MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

JACOB, Helena. **Gastronomia, culinária e TV: um estudo do programa Que Maravilha!**. InterCom, Caxias do Sul, 2010.

KELLNER, Douglas. **A cultura da Mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. p. 9-43. São Paulo: EDUSC, 2001.

NETO, Sinval do Espírito Santo. **Gastronomía: A midiatização da gastronomia na contemporaneidade**. 2009. Fls 138. Mestrado em comunicação social – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação**. Florianópolis: Ed UFSC, 2006.

SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. **A alimentação e seu lugar na história: Os tempos da memória gustativa**. História: Questões & Debates, Curitiba, 2005.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.