

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO” – UNESP  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO – FAAC  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**Daira Renata Martins Botelho**

**A COMUNICAÇÃO DA MASSA:  
CULTURA E IDENTIDADE NO *MASTERCHEF* DA AMÉRICA LATINA**

Bauru  
2018

Daira Renata Martins Botelho

**A COMUNICAÇÃO DA MASSA:  
CULTURA E IDENTIDADE NO *MASTERCHEF* DA AMÉRICA LATINA**

Tese de Doutorado apresentada à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus de Bauru, como requisito para a obtenção do título de Doutora em Comunicação, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Orientação: Prof<sup>ª</sup>. Adj. Maria Cristina Gobbi

Linha de Pesquisa: Processos midiáticos e práticas socioculturais

Bauru  
2018

BOTELHO, Daira Martins

A comunicação da massa: cultura e identidade no *MasterChef* da América latina. Daira Renata Martins Botelho – Bauru, 2018. 200f.

Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação,

Universidade Estadual Paulista – UNESP, 2018.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Adj. Maria Cristina Gobbi.

1. Comunicação – 2. Cultura – 3. Identidade – 4. Culinária – 5. *MasterChef*

Daira Renata Martins Botelho

**A COMUNICAÇÃO DA MASSA:  
CULTURA E IDENTIDADE NO *MASTERCHEF* DA AMÉRICA LATINA**

**BANCA EXAMINADORA**

Prof<sup>ª</sup>. Adj. Maria Cristina Gobbi (Orientadora)  
UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”  
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC – Bauru

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Ângela Maria Grossi de Carvalho  
UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”  
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC – Bauru

Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni  
UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”  
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC – Bauru

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Cristina Schmidt  
UMC – Universidade de Mogi das Cruzes – Mogi das Cruzes – São Paulo  
Programa de Pós-Graduação em Políticas Culturais: Diversidade e Cidadania – UMC

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Maria Ataíde Malcher  
UFPA – Universidade Federal do Pará  
Faculdade de Comunicação – FACOM

**SUPLENTES**

Prof. Dr. Mauro de Souza Ventura  
UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”  
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC – Bauru


Prof<sup>ª</sup>. Dra. Karina Janz Woitowicz  
UEPG – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Programa de Pós-Graduação – Mestrado em Jornalismo

Prof. Dr. Severino Lucena Filho  
Prof. Aposentado da UFPB – Universidade Federal da Paraíba

Bauru, 31 de agosto de 2018  
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – UNESP, Bauru

**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE DAIRA RENATA MARTINS BOTELHO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.**

Aos 31 dias do mês de agosto do ano de 2018, às 16:30 horas, no(a) Auditório dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. MARIA CRISTINA GOBBI - Orientador(a) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC - UNESP - Bauru/SP, Profa. Dra. ANGELA MARIA GROSSI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação e Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - UNESP/Campus de Marília, Prof. Dr. ANTONIO FRANCISCO MAGNONI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Docente MARIA ATAÍDE MALCHER do(a) Instituto de Letras e Comunicação / UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARA, Profa. Dra CRISTINA SCHMIDT SILVA PORTÉRO do(a) Mestrado em Políticas Públicas / Universidades de Mogi das Cruzes, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da TESE DE DOUTORADO de DAIRA RENATA MARTINS BOTELHO, intitulada **A comunicação da massa: cultura e identidade do Masterchef na América Latina**. Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: aprovada Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.



Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. MARIA CRISTINA GOBBI



Profa. Dra. ANGELA MARIA GROSSI



Prof. Dr. ANTONIO FRANCISCO MAGNONI



Docente MARIA ATAÍDE MALCHER



Profa. Dra CRISTINA SCHMIDT SILVA PORTÉRO

*Àqueles que andaram comigo – seja longe ou perto – nos tempos de sombras.  
Aos que me ajudaram a reencontrar a luz, a redescobrir as cores, a sentir outra vez os  
aromas, os gostos... a cantar e dançar com Safira.  
Àqueles cujos olhares foram além das lágrimas ou dos sorrisos.  
Aos que conseguiram ficar e à lembrança daqueles que decidiram partir.*

## AGRADECIMENTOS

Pensar e redigir estes agradecimentos tomaram um certo tempo durante a finalização do doutorado. Diferentemente de outras épocas, imaginei versões, comecei mentalmente o texto várias vezes. Não pelo fato de não saber o que dizer, nos agradecimentos a gente faz o quê? Agradece. Mas depois de alguns percalços na vida a gente passa a encarar esse ato com outros olhos. Não sei como explicar, mas sei que não é igual.

Posso dizer que tive muita luz nesses quatro anos. Na maioria das vezes essa luz não veio de mim, mas para mim. Às vezes a vida desanda, sabe, como uma receita de bolo que a gente mexeu para o lado errado e aí ele não sai como a gente queria: fica murcho, borrachudo, não cresce. E, mesmo não querendo, ou não tendo os ingredientes para começar a preparação toda outra vez, a gente precisa dar um jeito. Eu fiquei sem cozinhar durante quase dois anos. Na verdade, acho que fiquei me cozinhando, me botei em banho maria e ali fiquei. Mas uma hora a gente volta a mexer o caldeirão, mas, mais uma vez, de uma forma diferente.

Fiquei pensando na tese, em todo o processo de construção que envolveu este trabalho, nos autores que li, nas memórias que venho construindo – tanto na vida quanto na academia, durante os 13 anos que se passaram desde que entrei na graduação e que conheci esse mundo chamado Unesp. Então, meu primeiro agradecimento vai para essa Universidade que me acolheu, lá em 2005, quando cheguei perdida, mas que, aos poucos e com a ajuda de muita gente, fui me encontrando. Os professores que me acompanham desde aquela época, com os quais criei muitos laços de amizade e carinho, os funcionários que considero amigos queridos, os colegas que estiveram comigo nessa jornada desde a graduação, no mestrado e no doutorado. Foi na Unesp também que tive a oportunidade de iniciar minha carreira docente e não há como dimensionar a felicidade que tive com minha primeira turminha!! Na Unesp eu aprendi mais ainda a como ser aluna, aprendi também a ser professora, a ser pesquisadora, aprendi as lições necessárias para academia, para o trabalho, para a vida!! Senti mais de uma vez que essa sempre será minha casa!!

Assim como voltei pra Unesp, voltei para Bauru. E posso dizer que essa cidade me acolheu nos momentos que eu mais precisei. A cidade sanduíche me deu grandes amigos, pessoas que cuidam e cuidaram de mim todo esse tempo – mesmo quando eu não queria esse cuidado. Muito bom reencontrar pessoas e poder estar aberta a receber novas carinhas que passaram a fazer parte da minha vida.

E nas voltas que a vida dá, eu fui parar lá em Passos – MG, na Universidade do Estado de Minas Gerais. E esse tempo foi curtinho, mas me trouxe experiência, muito aprendizado, muitas conversas, risos, desafios, confraternização com choro e tudo! Serei eternamente grata pela oportunidade que tive! Agradeço muito a acolhida do povo mineiro e da comunidade UEMGuiana do Bloco 6, que me recebeu de braços abertos!!! Posso dizer que foi muito custoso deixar vocês todos!!!

E nessa minha incipiente carreira acadêmica, não posso deixar de agradecer meus alunos! Nossa! Entrar em cada sala de aula é sempre um desafio... fico nervosa, suando, rs, curiosa para saber como vai ser esse encontro! E eu fui tão agraciada com meus alunos!! Muito mesmo!!!! Agradeço a cada um que esteve comigo nesse caminho e à confiança que tiveram de falar, de se expor, de compartilhar! Cada palavra de carinho, cada abraço, cada recado carinhoso, tudo isso é um bálsamo para alma. Comecei nessa empreitada de ser professora numa fase muito difícil dessa minha vida e “minhas turminhas” me ajudaram a sair das sombras... cada um com seu jeitinho, mas que fez toda a diferença nos meus dias cinzas! E eu agradeço demais por isso!!! Que todos sejam para o mundo a luz que foram para mim!!

E a luz chega até a gente, mesmo daqueles que estão muito longe, mas que estão conosco. “Orei por você”, “pensei em você”, “naquele tempo eu torci muito para que tudo ficasse bem”, “estávamos muito preocupados”, “aqui você tem uma família”, “você é capaz e vai conseguir”, “você não está sozinha”, hoje escuto isso de pessoas tão queridas, aquelas que ficaram, aquelas que se mantiveram perto, mesmo eu mandando todo mundo embora, rs. Não gosto de citar nomes, mas vejo os rostos de todos enquanto escrevo, escuto suas vozes, relembro o carinho de cada abraço, de cada ligação... E me sinto muito feliz em saber que tem gente que se preocupa, que torce, que cuida e meu obrigada!!! Vocês ajudaram a me salvar!!

Minha família. Peço desculpas pelas preocupações, pelo tempo de silêncio que durou mais do que eu achei que iria durar, pelas brigas, pelas discussões, pelas divergências. Mas sei que sempre torceram por mim e só não estiveram mais perto porque eu sou bem cabeça-dura e não deixei. Obrigada por existirem e por cuidarem de mim. Quando estou com vocês não me sinto sozinha no mundo, sabem? Que eu seja motivo de orgulho para vocês... sempre!

Podem me julgar, mas tem um espaço todo especial para a minha filhota de pelos e quatro patas; essa bicha brava, que morde todo mundo, que me faz passar vergonha na rua! Safira chegou para me mostrar a verdade e foi minha enfermeirinha mais dedicada.

Hoje tenho duas marcas na pele que são dela e não me arrependo de nenhuma das duas! Você é meu core, Safira! Mamis te ama! Tá, ela não vai ler, mas eu não ligo, rs.

Quando eu comecei esse doutorado, tinha outro projeto de pesquisa, outra vida. E, com o tempo, tudo mudou, até a vida! Mas uma pessoa sempre esteve ao meu lado nessa empreitada, não como professora, como orientadora, mas como uma mãezona! Não sei o que seria de mim sem essa mulher! Minha orientadora Maria Cristina Gobbi, que me ajudou a trilhar tantos caminhos, que me aconselhou, que torceu por mim, que “me brigou”, e que é meu exemplo! Agradeço demais por tudo... que é tanta coisa que nem sei! Fico muito feliz em ter sua confiança – mesmo eu sendo toda doida, seu carinho e sua amizade! Mil vezes obrigada!!! Para a vida!!!

Agradeço aos professores que compõem minha banca examinadora. Maria Ataíde Malcher, uma professora que chamou minha atenção no primeiro dia de uma disciplina concentrada por seu trabalho e por sua sensibilidade. Professora Cristina Schmidt, pesquisadora da Folkcomunicação e que sempre foi muito simpática comigo em todos os nossos encontros pelos congressos. Ângela e Dino, dois queridos que já me acompanham desde a graduação e que torceram por mim nessa trajetória. Aos suplentes, Mauro de Souza Ventura, Karina Janz Woitowicz e Severino Lucena Filho, minha gratidão pelo aceite e pelo afeto em cada encontro, recebam meu abraço carinhoso!

Agradeço à CAPES pelo financiamento desta pesquisa<sup>1</sup>, oportunidade que considero um privilégio, haja vista a situação em que está nosso país em relação ao incentivo à pesquisa. Sou grata igualmente por de ter participado do Programa Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE), que me proporcionou viver no México e estudar na Universidad Nacional Autónoma de México – UNAM. Agradeço a acolhida do Prof. Dr. Jorge Alejandro González Sánchez e de todo o povo mexicano, uma experiência que ficará para sempre na memória e no coração!

É uma etapa que se encerra, um ciclo que se finda. Que venham mais desafios, mais refeições! Sou muito grata por ter conseguido apresentar mais um prato nesse imenso banquete da vida!!!

---

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

*Para o povo não há argumento probante, técnico, convincente, contra o paladar...*

**Câmara Cascudo**

BOTELHO, Daira Martins. **A comunicação da massa: cultura e identidade no *MasterChef*** da América Latina. Daira Martins Botelho – Bauru, 2018.

## RESUMO

Necessária para a sobrevivência humana, foi se aprimorando ao longo dos tempos, teve seu desenvolvimento potencializado pelo uso da tecnologia, pode variar de cultura para cultura. Essa descrição poderia ser utilizada para tratar de dois assuntos que estão presentes nesta tese: comunicação e comida. A comunicação acontece desde os primórdios da História da Humanidade, a começar pelos gestos e grunhidos, modificou-se primeiro com a fala e depois com desenvolvimento da escrita; teve sua função potencializada com o surgimento dos veículos massivos e hoje demonstra um alcance maior devido à *internet*. Já a comida é o resultado de um processo que envolve os alimentos e o saber-fazer que foi sendo adquirido, como as técnicas de armazenamento, de cocção, o uso de temperos, a facilitação com a chegada dos utensílios domésticos, a criação da indústria alimentícia e a expansão dos alimentos processados, a evolução do gosto e dos hábitos alimentares. Ambas possuem relações semelhantes em relação às controversas classificações como a comunicação de massa, a popular, a alta cozinha ou a comida de rua; as relações de poder também estão presentes: a hegemonia dos grandes conglomerados de comunicação *versus* a comunicação boca-a-boca, o conhecimento das cozinheiras tradicionais *versus* os restaurantes dos *chef's* renomados e com as reconhecidas estrelas que legitimam seus estabelecimentos. São dois processos que permeiam todas as sociedades, mesmo que de formas variadas, mas que fazem parte do cotidiano de todo indivíduo. Nesta tese buscou-se fazer uma observação do caminho percorrido pela comunicação juntamente com a comida, que teve como um dos resultados o produto midiático que compõe esta pesquisa. Para entender a maneira como um produto midiático retrata a cultura de um povo, neste caso, a cultura alimentar, foi escolhido o programa *MasterChef*, um dos mais bem-sucedidos *reality shows* de culinária, tanto que teve sua produção e exibição em mais de 50 territórios. Por meio de uma análise qualitativa, foram observados os episódios da atração de seis países da América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru. O objetivo foi verificar o direcionamento escolhido pelas produções do programa através das culinárias que estiveram mais ou menos presentes no conteúdo da competição, para, com isso, apurar qual identidade e cultura foram mostradas no *MasterChef* na América Latina. Os resultados obtidos na observação das nove temporadas e dos 151 episódios fomentaram discussões acerca dos componentes exibidos pela atração, além de questões relacionadas à hegemonia, ao poder, ao papel da mulher, à legitimidade e ao reconhecimento da cultura latino-americana por meio pelas culinárias apresentadas no programa *MasterChef*.

Palavras-chave: Comunicação. Cultura. Identidade. Culinária. *MasterChef*.

BOTELHO, Daira Martins. **A comunicação da massa: cultura e identidade no *MasterChef*** da América Latina. Daira Martins Botelho – Bauru, 2018.

## RESUMEN

Necesaria para la supervivencia humana, se fue perfeccionando a lo largo de los tiempos, tuvo su desarrollo potenciado por el uso de la tecnología, puede variar de cultura a cultura. Esta descripción podría ser utilizada para tratar dos asuntos que están presentes en esta tesis: comunicación y comida. La comunicación ocurre desde los primordios de la Historia de la Humanidad, empezando por los gestos y gruñidos, se modificó primero con el habla y luego con el desarrollo de la escritura; ha tenido su función potencializada con el surgimiento de los vehículos masivos y hoy demuestra un alcance mayor debido a internet. La comida es el resultado de un proceso que involucra los alimentos y el saber hacer que se ha adquirido, como las técnicas de almacenamiento, de cocción, el uso de condimentos, la facilitación con la llegada de los utensilios domésticos, la creación de la industria alimentaria y la expansión de los alimentos procesados, la evolución del gusto y de los hábitos alimentarios. Ambas poseen relaciones similares en relación a las controvertidas clasificaciones como la comunicación de masa, la popular, la alta cocina o la comida de calle; las relaciones de poder también están presentes: la hegemonía de los grandes conglomerados de comunicación versus la comunicación boca a boca, el conocimiento de las cocineras tradicionales frente a los restaurantes de los chefs renombrados y con las reconocidas estrellas que legitiman sus establecimientos. Son dos procesos que permean a todas las sociedades, aunque de formas variadas, pero que forman parte del cotidiano de todo individuo. En esta tesis se buscó hacer una observación del camino recorrido por la comunicación junto con la comida, que tuvo como uno de los resultados el producto mediático que compone esta investigación. Para entender la manera como un producto mediático retrata la cultura de un pueblo, en este caso, la cultura alimentaria, fue elegido el programa *MasterChef*, uno de los más exitosos reality shows de culinaria, tanto que tuvo su producción y exhibición en más de 50 territorios. Por medio de un análisis cualitativo, se observaron los episodios de la atracción de seis países de América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. El objetivo fue verificar el direccionamiento escogido por las producciones del programa a través de las culinarias que estuvieron más o menos presentes en el contenido de la competición, para, con ello, determinar qué identidad y cultura fueron mostradas en el *MasterChef* en América Latina. Los resultados obtenidos en la observación de las nueve temporadas y de los 151 episodios fomentaron discusiones acerca de los componentes exhibidos por la atracción, además de cuestiones relacionadas a la hegemonía, al poder, al papel de la mujer, a la legitimidad y al reconocimiento de la cultura latinoamericana por medio de las culinarias presentadas en el programa *MasterChef*.

Palavras-chave: Comunicação. Cultura. Identidade. Cozinha. *MasterChef*.

BOTELHO, Daira Martins. **A comunicação da massa: cultura e identidade no *MasterChef*** da América Latina. Daira Martins Botelho – Bauru, 2018.

#### ABSTRACT

Necessary for human survival, has been improving over time, has had its development enhanced by the use of technology, can vary from culture to culture. This description could be used to address two issues that are present in this thesis: communication and food. The communication happens from the beginnings of the History of the Humanity, beginning with the gestures and grunhidos, modified itself first with the speech and soon with development of the writing; had its function boosted by the emergence of massive vehicles and today shows a greater reach due to the internet. Food is the result of a process involving food and the know-how that has been acquired, such as storage techniques, cooking, the use of seasoning, facilitation with the arrival of household items, the creation of the industry food and the expansion of processed foods, the evolution of taste and eating habits. Both have similar relations to controversial classifications such as mass communication, popular communication, haute cuisine, or street food; power relations are also present: the hegemony of large conglomerates of communication versus word-of-mouth communication, the knowledge of traditional cooks versus the renowned chef's restaurants and the renowned stars that legitimize their establishments. They are two processes that permeate all societies, even if in various forms, but which are part of the daily life of every individual. In this thesis, an attempt was made to observe the path taken by communication along with food, which had as one of the results the media product that compose this research. To understand the way a media product portrays the culture of a people, in this case the food culture, was chosen the *MasterChef* program, one of the most successful reality culinary cooking shows, both had its production and exhibition in more than 50 territories. Through a qualitative analysis, the episodes of the attraction of six Latin American countries were observed: Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Mexico and Peru. The objective was to verify the orientation chosen by the productions of the program through the cuisines that were more or less present in the content of the competition, in order to ascertain which identity and culture were shown in the *MasterChef* in Latin America. The results obtained in the observation of the nine seasons and the 151 episodes fomented discussions about the components exhibited by the attraction, as well as issues related to hegemony, power, the role of women, legitimacy and recognition of Latin American culture through culinary presented in the *MasterChef* program.

Keywords: Communication. Culture. Identity. Culinary. *MasterChef*.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Centros de origem e rota de escoamento de produção.....	31
<b>Figura 2.</b> <i>Deipnosophistae</i> .....	34
<b>Figura 3.</b> Origens dos alimentos.....	38
<b>Figura 4.</b> Produção e escoamento alimentar entre regiões no mundo.....	39
<b>Figura 5.</b> Quadro “Última ceia” (1495 e 1498).....	58
<b>Figura 6.</b> Caderno de receitas.....	64
<b>Figura 7.</b> Receita de Torta de Coco.....	66
<b>Figura 8.</b> Receita de Rosquinhas de Nata.....	66
<b>Figura 9.</b> Capa da <i>Godey’s Lady’s Book</i> .....	72
<b>Figura 10.</b> Sugestão de composição de mesa.....	73
<b>Figura 11.</b> Receita da culinária portuguesa na Revista Brasil-Portugal.....	74
<b>Figura 12.</b> Página da Revista Feminina (Fevereiro de 1919).....	75
<b>Figura 13.</b> Capa da Revista Claudia Cozinha do ano de 1968, n. 81.....	76
<b>Figura 14.</b> Páginas da Revista Claudia Cozinha do ano de 1968, n. 81.....	77
<b>Figura 15.</b> Páginas da Revista Claudia Cozinha do ano de 1968, n. 81.....	78
<b>Figura 16.</b> Páginas da Revista Claudia Cozinha do ano de 1968, n. 81.....	79
<b>Figura 17.</b> Censura no Jornal Estadão.....	81
<b>Figura 18.</b> Post de Lula n. 1.....	84
<b>Figura 19.</b> Post de Lula n. 2.....	85
<b>Figura 20.</b> Ganhadora e jurados do primeiro <i>MasterChef</i> .....	92
<b>Figura 21.</b> Lugares de exibição do <i>MasterChef</i> .....	93
<b>Figura 22.</b> Capa do <i>site MasterChefUK</i> .....	94
<b>Figura 23.</b> Jurados atuais do <i>MasterChefUK</i> .....	94
<b>Figura 24.</b> Jurados <i>MasterChefUS</i> .....	95
<b>Figura 25.</b> Jurados da versão <i>Junior</i> .....	96
<b>Figura 26.</b> Apresentador e jurados do <i>MasterChef Argentina</i> .....	98
<b>Figura 27.</b> Apresentadora e jurados <i>MasterChef Brasil</i> .....	101
<b>Figura 28.</b> Jurados da 1ª a 2ª temporada do <i>MasterChef Chile</i> .....	104
<b>Figura 29.</b> Apresentadora e jurados da 3ª temporada do <i>MasterChef Chile</i> .....	104
<b>Figura 30.</b> Apresentadora e jurados da 3ª temporada do <i>MasterChef Colômbia</i> .....	106
<b>Figura 31.</b> Apresentadora e jurados <i>MasterChef México</i> .....	107
<b>Figura 32.</b> Apresentador e jurados do <i>MasterChef Peru</i> .....	110
<b>Figura 33.</b> Página do <i>MasterChef Peru</i> no <i>Facebook</i> .....	111
<b>Figura 34.</b> Página do <i>MasterChef Peru</i> no <i>Twitter</i> .....	111
<b>Figura 35.</b> Comparação entre logos dos programas exibidos pela <i>Telefe</i> .....	119
<b>Figura 36.</b> <i>Dueños de la Cocina</i> .....	119
<b>Figura 37.</b> Vencedora da 2ª edição do <i>MasterChef Brasil</i> .....	121
<b>Figura 38.</b> Enquete para anúncio do vencedor nas redes sociais.....	122
<b>Figura 39.</b> <i>Twitter</i> é o vencedor da enquete para o anúncio antes da TV.....	122
<b>Figura 40.</b> Audiência do <i>MasterChef Brasil</i> .....	123
<b>Figura 41.</b> <i>Banner</i> para inscrição no <i>MasterChef Profissionais</i> .....	123
<b>Figura 42.</b> Divulgação do <i>MasterChef Celebrity Colômbia</i> .....	125
<b>Figura 43.</b> Elenco do <i>MasterChef Celebrity Colômbia</i> .....	125
<b>Figura 44.</b> Audiência na estreia do <i>MasterChef Celebrity Colômbia</i> .....	126
<b>Figura 45.</b> Seletivas para a quarta temporada do <i>MasterChef México</i> .....	127
<b>Figura 46.</b> Elenco da 1ª temporada do <i>MasterChef Júnior México</i> .....	128
<b>Figura 47.</b> Divulgação do <i>MasterChef Latino</i> .....	130
<b>Figura 48.</b> Jurados <i>MasterChef Latino</i> .....	131

<b>Figura 49.</b> Audiência do <i>MasterChef Latino</i> .....	132
<b>Figura 50.</b> Posicionamento sobre a influência do programa e sua função.....	139

## LISTA DE QUADROS

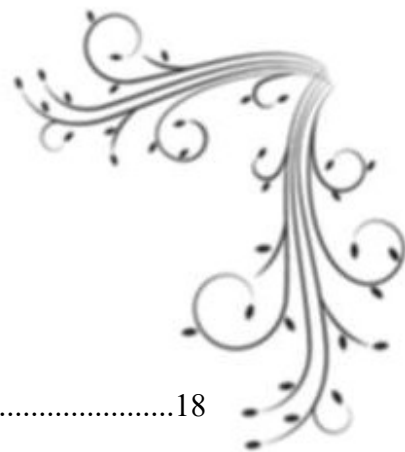
<b>Quadro 1.</b> Alimentos e suas origens.....	37
<b>Quadro 2.</b> Produção da geoculinária literária.....	69
<b>Quadro 3.</b> Comida em poesias.....	70
<b>Quadro 4.</b> Produção culinária disponível na <i>Netflix</i> .....	83
<b>Quadro 5.</b> Culinária argentina na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> .....	99
<b>Quadro 6.</b> Culinária argentina na 2ª temporada do <i>MasterChef</i> .....	100
<b>Quadro 7.</b> Representatividade da culinária brasileira na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> .....	102
<b>Quadro 8.</b> Representatividade da culinária brasileira na 2ª temporada do <i>MasterChef</i> .....	102
<b>Quadro 9.</b> Representatividade da culinária chilena na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> .....	105
<b>Quadro 10.</b> Culinária colombiana na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> .....	106
<b>Quadro 11.</b> Culinária mexicana na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> México.....	108
<b>Quadro 12.</b> Representatividade da culinária peruana no <i>MasterChef</i> .....	112
<b>Quadro 13.</b> Frequências e porcentagens para a maneira como é feita a escolha da preparação culinária a ser apresentada.....	133
<b>Quadro 14.</b> Nacionalidades dos jurados do <i>MasterChef</i> na América Latina.....	134
<b>Quadro 15.</b> Culinárias presentes nas edições do <i>MasterChef</i> na América Latina.....	149
<b>Quadro 16.</b> Número de preparações presentes nas edições do <i>MasterChef</i> na América Latina.....	155

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Representatividade da culinária apresentada na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> Peru.....	138
<b>Gráfico 2.</b> Representatividade da culinária presente na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> Argentina.....	140
<b>Gráfico 3.</b> Representatividade da culinária presente na 2ª temporada do <i>MasterChef</i> Argentina.....	141
<b>Gráfico 4.</b> Culinária presente nas duas temporadas do <i>MasterChef</i> Argentina.....	141
<b>Gráfico 5.</b> Representatividade da culinária na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> Brasil.....	142
<b>Gráfico 6.</b> Representatividade da culinária brasileira na 2ª temporada do <i>MasterChef</i> Brasil.....	143
<b>Gráfico 7.</b> Culinária apresentada nas duas temporadas do <i>MasterChef</i> Brasil.....	144
<b>Gráfico 8.</b> Representatividade da culinária presente na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> Chile.....	145
<b>Gráfico 9.</b> Representatividade da culinária apresentada na 2ª temporada do <i>MasterChef</i> Chile.....	145
<b>Gráfico 10.</b> Culinária apresentada nas duas temporadas do <i>MasterChef</i> Chile.....	146
<b>Gráfico 11.</b> Representatividade da culinária apresentada na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> Colômbia.....	146
<b>Gráfico 12.</b> Representatividade da culinária apresentada na 1ª temporada do <i>MasterChef</i> México.....	147

## SUMÁRIO

1. Modo de fazer – Introdução .....	18
2. Carta de apresentação – Da terra aos pratos.....	23
2.1 Pedacos de história.....	27
3. Entrada – Dos pratos às mídias.....	52
3.1 Fazendo e falando de comida.....	52
3.2 Aspectos alimentares na religião.....	57
3.3 Anote os ingredientes!.....	63
3.4 Lendo a comida.....	66
3.5 Comida na imprensa.....	71
3.6 Caiu na rede... é comida!.....	81
4. Prato principal - Culinária nacional no <i>MasterChef</i> da América Latina.....	88
4.1 O programa <i>MasterChef</i> .....	92
4.2 <i>MasterChef</i> na América Latina.....	97
4.3 Argentina.....	98
4.4 Brasil.....	100
4.5 Chile.....	103
4.6 Colômbia.....	105
4.7 México.....	107
4.8 Peru.....	109
5. Licor de jabuticaba e um dedo de prosa – Considerações parciais.....	114
5.1 O que a comida diz.....	115
5.2 Cenário midiático.....	118
5.3 Quem é quem julga.....	133
5.4 Comida é poder no <i>MasterChef</i> .....	136
5.5 Culinárias no <i>MasterChef</i> .....	138
5.6 Hegemonia.....	149
5.7 A culinária estadunidense.....	152
5.8 Legitimação latino-americana.....	153
6. Sobremesa – Conclusão.....	157
Receitas – Referências.....	160
Delivery – Anexos.....	177





---

## **MODO DE FAZER**

### **1 Introdução**

---

*A cozinha é o símbolo da civilização e da cultura. A negação da cozinha representa a contestação desses valores e tem o mesmo significado que a negação do doméstico nas práticas de produção da comida. O cru, assim como o selvagem, é assumido como símbolo de escolhas “não culturais” que, todavia, mais uma vez se revelam fortemente impregnadas de cultura.*

**Massimo Montanari**



Você poderia me dar a receita? É essa a primeira pergunta que se costuma fazer a quem preparou o prato. Após comer algo delicioso, um dos desejos subsequentes é que se queira cozinhar, testar, tentar reproduzir a comida que trouxe gosto, cheiro, memórias. Olhar a comida e entender o que ela quer dizer passa, essencialmente, pelos processos comunicacionais que envolvem sua produção, a forma como é posta à mesa ou mesmo ao modo como é retratada em um veículo midiático.

A escolha do tema que une a comunicação e a culinária apresentou-se de maneira muito natural, na verdade trata-se de um hábito que chegou juntamente com a aparição dos *realities show* de culinária. E são tantos! Desde a comida cotidiana que se transforma em alta gastronomia, passando pelas “brigas” entre famílias que cozinham os pratos que as representam, até chegar aos confeitos que açucaram as competições.

Os formatos são inúmeros e eles estão presentes em todos os meios de comunicação: na televisão, na *internet*, nas telas menores como celulares ou *tablet's*, as disputas recheiam praticamente todo o cenário midiático, não somente no Brasil, mas em vários lugares no mundo. Apesar da culinária e da comunicação terem uma combinação muito antiga, atualmente são os *realities* que tomam conta da grade televisiva no Brasil, somando-se a esse movimento quantias exorbitantes de investimentos em publicidade, grande engajamento do público e um conteúdo que vai muito além das “telinhas”.

Com essa enorme gama de produtos midiáticos sobre culinária, surgiu uma inquietação a respeito do conteúdo veiculado nesses programas, principalmente em se tratando de cultura culinária, hábitos alimentares e de que maneira esses eram retratados. Seria possível um formato estrangeiro realizar adaptações e mostrar sua própria cultura, sua própria comida? De que maneira isso seria feito? Como fica o internacional dentro desse “bolo” de culinárias que se pode ver em cada episódio de uma competição? Tais questões manifestavam-se sempre que um programa novo chegava à televisão, sempre que eram apresentados os jurados ou convidados para participar da atração, sempre que um prato era solicitado pela produção – Por que um e não outro? Um brasileiro e dez estrangeiros? Ou o contrário? As dúvidas que permeavam as produções eram muitas e, por isso, definiu-se o *reality show* culinário para compor o escopo de pesquisa desta tese.

Mas, como já foi dito, como eleger apenas um deles? A resposta para essa questão foi o impacto que o *MasterChef* causou no Brasil a partir de 2014. O programa teve consideráveis índices de audiência (como poderá ser visto nos próximos capítulos), passou a ser assunto nas redes sociais e nas rodas de conversa, além de estabelecer um novo hábito televisivo: a exibição do programa toda terça-feira, a partir das 22h, também

fez com que muitas pessoas passassem a se reunir para assistir o programa e, inclusive, cozinhar. A atração tornou-se relevante ao longo de suas cinco temporadas, mais que isso, fez com que houvesse uma curiosidade acerca do formato e sua abrangência.

Na América Latina, o *MasterChef* já esteve presente em seis países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru. No mundo, são 58 territórios, com mais de 300 milhões de espectadores<sup>2</sup>, tal fato fez com que o programa entrasse para o livro dos recordes no ano de 2017 como o formato de televisão de culinária mais bem-sucedido do mundo<sup>3</sup>.

Sendo assim, tem-se o *MasterChef* como *corpus* para responder ao problema de pesquisa que se define por: de que maneira a identidade de um povo é mostrada no programa, pois a cultura da mídia também é responsável pela formação das identidades sociais, nesse caso, por meio de sua culinária.

Ficou estabelecido que seriam analisados os primeiros programas exibidos nos países latinos, a começar pelo Peru, em 2011, seguido dos outros, que iniciaram suas produções entre os anos de 2014 e 2015, por esse motivo, alguns apresentam resultados obtidos de duas temporadas, não apenas daquela que foi sua estreia.

Para tanto, foram apreciados os episódios a fim de verificar o aparecimento da culinária nacional no programa, além de considerar outros aspectos que foram sendo observados ao longo da pesquisa. É preciso deixar claro que as temporadas de alguns países – como a peruana – não foram encontradas na íntegra, por isso, e para todas as outras versões, lançou-se mão de recursos auxiliares como as redes sociais para encontrar quais os pratos foram solicitados aos participantes durante todas as temporadas.

Outro ponto relevante em termos metodológicos foi a seleção dos pratos e ingredientes. Somente foram considerados para a pesquisa aqueles solicitados pela produção do programa para as provas a serem realizadas. Explica-se: indicação de algum ingrediente dito “nacional”, um produto ou prato “local” e / ou “regional”, por exemplo. Com isso, buscou-se apurar o que é entendido pela atração como nacional ou representante da cultura culinária nacional. Os dados obtidos por meio dessa observação – que se apresenta como uma análise principalmente qualitativa, mas que ainda mostra alguns números, foram dispostos em quadros e gráficos para dimensionar os resultados encontrados.

---

<sup>2</sup> MASTERCHEF, 2018, WEB.

<sup>3</sup> TODO TV NEWS (a), 2017, WEB.

E tais resultados foram organizados nesta tese a partir do *Capítulo 2 – Carta De Apresentação – Da terra aos pratos*, no qual optou-se por criar uma linha do tempo utilizada para mostrar de que maneira a alimentação figura como personagem principal, tendo em vista todo seu protagonismo na história. O objetivo do Capítulo é mostrar de que maneira a comida passou de ato de cultivo, da forma como o homem a utilizou para passar de nômade para sedentário – com o advento da agricultura, percorrendo um caminho longo – que foi tratado de maneira resumida, mas trouxe os pontos considerados mais importantes ao longo dessa trajetória.

No *Capítulo 3 – Entrada – Dos pratos às mídias*, há a junção da comida com a comunicação: de que maneira os pratos e processos culinários passam a fazer parte e mostrar, igualmente, processos comunicacionais. O caminho vai da oralidade até às mídias utilizadas na contemporaneidade, como a *inernet*, evidenciando que esses dois universos sempre estiveram mesclados. Foi onde mostrou-se que a comida se funde com os meios de comunicação, tornando-se parte da comunicação midiática no Brasil.

O olhar da tese para o *corpus* foi delineado no *Capítulo 4 – Prato Principal – Culinária nacional no MasterChef na América Latina*. É nele que se encontra um pequeno histórico dos programas nos respectivos países e todos os dados obtidos das produções. As tabelas desenvolvidas mostram os ingredientes e pratos que compuseram o conteúdo culinário do programa, ademais estão citadas as preparações estrangeiras que fizeram parte da atração.

Para tratar dos dados apontados no Capítulo 4, elaborou-se uma pré-análise disposta no *Capítulo 5 – Licor de jabuticaba e um dedo de prosa – Considerações parciais*. Como uma conversa que acontece após a refeição, buscou-se fazer uma reflexão sobre os assuntos considerados mais relevantes para tratar do problema de pesquisa indicado anteriormente. Houve apontamentos sobre a comida em si e o processo comunicativo que a envolve, o cenário midiático do *MasterChef* nos países latinos, uma discussão acerca da nacionalidade dos *chef's* que compõem o júri e, brevemente, do papel da mulher nessa banca avaliadora, relações de poder estabelecidas no programa, a representatividade culinária exibida que envolve outras culinárias do mundo e, sobretudo, a legitimação latino-americana.

O *Capítulo 6 – Sobremesa* traz a *Conclusão* da tese, retomando outros aspectos, evidenciando alguns pontos e finalizando a pesquisa. O trabalho ainda apresenta as Referências, como as receitas utilizadas para esta pesquisa e os Anexos, representando um *Delivery*.

Como está organizada, esta tese busca reproduzir uma refeição completa, que pretende levar ao leitor um outro olhar sobre a culinária e a comunicação, a saborear as discussões e, espera-se, que se chegue ao final da pesquisa, não com uma sensação de saciedade, mas que fique um gostinho de quero mais, assim como foi para nós na produção de cada capítulo.

Boa leitura!  
E bom apetite!





---

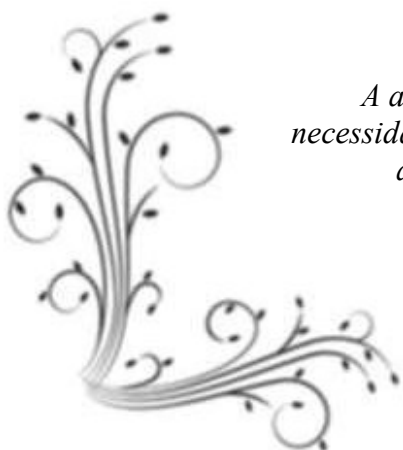
## CARTA DE APRESENTAÇÃO

### 2 Da terra aos pratos

---

*A alimentação é, após a respiração e a ingestão de água, a mais básica das necessidades humanas. Mas como "não só de pão vive o homem", a alimentação, além de uma necessidade biológica, é um complexo sistema simbólico de significados sociais, sexuais, políticos, religiosos, éticos, estéticos etc.*

**Henrique Carneiro**



No processo evolutivo do homem, existem vários fatores capazes de representar a maneira como a sociedade cresceu em termos de civilização, caminhando do tempo das cavernas para o complexo ambiente tal como é conhecido hoje.

Componentes importantes e que fizeram com que essa trajetória tivesse muitas alterações contínuas na história são os alimentos. Esses são essenciais para a sobrevivência. A grande mudança que provocou no processo histórico foi o surgimento da agricultura, que fez com que os indivíduos não precisassem mais viver o nomadismo (economia de predação) e pudessem, a partir de então, se fixar, iniciar uma economia de produção (MONTANARI, 2013), o que resultou na constituição das primeiras formas de sociedades.

Essa transformação foi significativa para a humanidade. Até os anos 1700, foi referência para o que era chamado de cultura na época, ou seja, o cuidado com o campo e com a agricultura; tudo o que estivesse relacionado ao ato de cultivar.

Por outro lado, a cultura como conceito somente tomou as proporções atuais a partir do século XVIII, quando foi associada ao letramento e ao ato de tornar-se culto (CUCHE, 2002). Atualmente, para a antropologia cultural, a cultura é definida como “[...] padrões de comportamento característicos de um grupo social específico que foram socialmente transmitidos.” (KESSING; STRATHERN, 2014, p. 34-35), definição que também contempla esta pesquisa, complementada por entender que “[...] a cultura é um modo de pensar, sentir e acreditar. É o conhecimento do grupo armazenado (na memória dos homens; nos livros e nos objetos) para uso futuro.” (KLUCKHOHN, 1972, p. 33). Exemplificando a importância das atitudes dos indivíduos, que se tornam reflexo do ambiente social em que vivem, além de ajudar a “construir” as pessoas e seus costumes (BOAS, 2004), assim como as atividades que cada um desempenha dentro desse sistema relacional.

O homem passa a ser protagonista da história ao transformar o ambiente onde vive, se adaptando às intempéries geográficas e temporais, competência que é atribuída somente a ele (BOAS, 2014), e isso diz respeito à forma pela qual ele passou a se alimentar.

Todos os desdobramentos em relação ao alimento são resultado de uma longa sequência de formulação e aprimoramento de técnicas que são desenvolvidas tanto para a produção (diferentes espécies, resistentes ao frio ou ao calor), quanto para a transformação desses alimentos: ao usar o fogo para assar ou juntamente com a água para fazer pratos cozidos.

Ao longo da evolução histórica é possível observar que existe uma distinção entre o que é alimento e o que é considerado comida. Para melhor entendimento, tomou-se como definição a referência do estudo de Roberto DaMatta (1986, p. 46) no qual, referindo-se aos componentes relevantes do Brasil, o autor exalta a comida como uma das características intrínsecas do país que reforça o caráter múltiplo cultural da sociedade. O autor afirma que, para os brasileiros, “[...] nem tudo que alimenta é sempre bom ou socialmente aceitável. Do mesmo modo, nem tudo que é alimento é comida. Alimento é tudo aquilo que pode ser ingerido para manter uma pessoa viva: comida é tudo que se come com prazer.”.

Desse modo, entende-se que “[...] comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. E o jeito de comer define não só aquilo que é ingerido como também aquele que ingere.” (DAMATTA, 1986, p. 47). Comida remete, ainda, à criação da identidade de uma pessoa ou determinado grupo. Com essa fundamentação conceitual, adota-se, nesta pesquisa, o termo culinária (como sinônimo do termo comida, utilizado por DaMatta) para tratar das transformações sofridas pelos alimentos.

Assim, a comida é o resultado do que é possível fazer com os alimentos. E esse ato de fazer comida é evidenciado como prática cultural por Montanari (2013, p. 15 – 16), pois o autor afirma que a comida é cultura: quando é produzida (já que não se usa somente o que vem da terra de maneira espontânea), preparada (aqui remete-se às técnicas de transformação dos alimentos) e consumida (com base em critérios econômicos, sociais e culturais de gosto e necessidades).

Os processos evolutivos que envolvem a comida foram tema de estudo de Claude Lévi-Strauss (1991), no qual o autor indica a evolução da civilização de acordo com as denominações de cru e cozido, que também compõem o título de uma de suas obras da coleção Mitologias. Lévi-Strauss indica que o cru faz referência ao homem na natureza e o cozido traz a concepção de cultura e, conseqüentemente, sua evolução no mundo. Montanari (2013) compartilha do mesmo pensamento e ainda reforça a importância do conhecimento culinário, comparando o saber de um cozinheiro ao saber de um médico.

As práticas alimentares ainda são trazidas por Norbert Elias (1994), quando analisa o processo civilizador a partir dos costumes ao longo da história e a maneira de alimentar-se se configura como mais uma das formas da evolução humana.

Na história da humanidade a alimentação foi visitada e revisitada a fim de ajudar a contar a história do país. São estudos que mostram de que maneira o processo de

alimentação foi significativo em diversas épocas relevantes, nas quais, de alguma forma, a comida esteve presente como protagonista e, até mesmo, despontou como um catalizador de mudança, pois, como afirma Carneiro (2003, p. 2), “[...] o que se come é tão importante quanto quando se come, onde se come, como se come e com quem se come”.

Essa busca pelo entendimento proporcionado pela comida teve um direcionamento bastante central nos últimos dois séculos. Alguns aspectos foram delimitados por Carneiro (1997), entre eles as perspectivas biológica, econômica, social e cultural. Além dessas ainda existe um viés filosófico, considerado pelo autor pouco explorado e de menor densidade do que os anteriores. Para tratar de todos os esses pontos de vista, Carneiro também faz uma retrospectiva sobre os campos científicos, indicando as relações estabelecidas com os estudos de alimentação e colocando em evidência, principalmente, suas contribuições. A alimentação tem destaque nas Ciências Sociais, Antropologia, Arqueologia, Sociologia e Geografia, mas o autor mostra que é na História que o assunto se torna dominante, institucionalizando o que pode ser conhecido hoje como História da Alimentação, um campo especializado que teve suas raízes na Europa, por volta do início do século XX.

No Brasil, a relação dos estudiosos com a alimentação é um pouco mais recente e ainda se mostra incipiente. Nos escritos brasileiros é possível encontrar “pedacinhos de comida” em vários clássicos, como na carta de Pero Vaz de Caminha, quando o viajante registra os hábitos dos índios e conta de que maneira eles receberam os alimentos portugueses: “[...] se alguma coisa provaram, logo a lançaram fora”<sup>4</sup>; os relatos de Gilberto Freyre (1969, 1975, 2003) mostram aspectos interessantes tanto de ingredientes, quanto dos hábitos alimentares no Brasil feudal, registrados em seu livro *Casa grande & senzala* (que teve sua primeira edição publicada no ano de 1933). Outra extensa pesquisa feita pelo autor sobre o açúcar está documentada no livro *A presença do açúcar na formação brasileira* (1975), o texto versa sobre o percurso canavieiro da região e o complementa com receitas de bolos, doces, balas, sorvetes, ainda há a preocupação em anotar os preços dos quitutes que estavam disponíveis em restaurantes e mercados à época, resultando em uma abordagem inclusive econômica.

---

<sup>4</sup> Em um trecho completo, lê-se: “Deram-lhes ali de comer: pão e peixe cozido, confeitos, fartéis, mel e figos passados. Não quiseram comer quase nada daquilo; e, se alguma coisa provaram, logo a lançaram fora. Trouxeram-lhes vinho numa taça; mal lhe puseram a boca; não gostaram nada, nem quiseram mais.”. A carta de Pero Vaz de Caminha pode ser encontrada no endereço: <[http://objdigital.bn.br/Acervo\\_Digital/Livros\\_eletronicos/carta.pdf](http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/Livros_eletronicos/carta.pdf)>. Acesso em: mar/2018.

No entanto, quando o assunto é alimentação, o pesquisador mais lembrado e referenciado é Câmara Cascudo. Com seus livros *Antologia da Alimentação no Brasil* (2008) e *História da Alimentação no Brasil* (2011) – obras publicadas pela primeira vez em 1967/68 e 1977 (CAVIGNAC; OLIVEIRA, 2010, p. 65), o autor deixou um mapa gastronômico brasileiro. Cabe ressaltar a inclusão de elementos históricos e críticos em relação à construção da mesa brasileira, um levantamento cultural popular que traz poemas, músicas, receitas, documentos e depoimentos que o ajudaram a montar o quebra-cabeças dos hábitos alimentares em várias regiões do país. Seus estudos têm grande relevância até os dias atuais. Cascudo indicou que a culinária brasileira foi fundamentada essencialmente sob a miscigenação entre as culturas africana, indígena e portuguesa, visão essa que perdurou durante praticamente todo o século XX.

Apesar de reconhecer a grande quantidade de títulos que tratam da História da Alimentação no Brasil e no mundo e a variedade de enfoques que podem ser dados ao assunto, é preciso deixar claro que o objetivo desta Entrada é – como todo prato que inicia uma refeição – apresentar os cenários que suscitaram inquietações a respeito da comida / alimentação. Ou seja, o intuito é mostrar o caminho, mesmo que de maneira breve, da comida e suas ressignificações em âmbito histórico, cultural e social para, finalmente, chegar à comunicação, lugar no qual, para este trabalho, apresenta-se uma intersecção – que será mostrada ao longo do percurso. Por esse motivo, alguns tópicos foram selecionados para mostrar de que maneira a comida esteve – e está – presente na história da humanidade, reiterando seu grau de importância e de simbologia, sua atuação como “[...] catalisadores da transformação e da organização social” (STANDAGE, 2010, p. 7), elementos esses que podem ser encontrados nas mais diversas culturas.

## **2.1 Porções de História**

A primeira grande “atuação” dos alimentos como protagonista na história foi a alteração provocada pelas transições dos hábitos dos povos originários do mundo. Ao criar uma trajetória interessante com enfoque na contribuição e no papel dos alimentos para a construção da história do mundo no livro *Uma história comestível da humanidade*, Tom Standage (2010) reafirma a importância da diversificação do modo de comer para a transformação do homem que, até então, possuía uma natureza transitória. Esse período foi chamado de Idade da Pedra Lascada ou Paleolítico (FREIXA; CHAVES, 2012), época

na qual os homens ainda viviam da caça e da coleta, e praticavam o nomadismo, ou seja, esgotavam as fontes de subsistência de um determinado lugar e, posteriormente, buscavam outros territórios onde pudessem encontrar alimento. Esse espaço de tempo foi contado a partir da origem da humanidade, até 10000 a.C.

Apesar de ainda rudimentar, a vida começou a ser modificada em alguns aspectos, como quando o homem começou a aprimorar suas ferramentas (tanto de caça quanto para outros usos); passou a observar forma como a natureza agia em relação ao clima, às mudanças de temperatura; desenvolveu a percepção territorial, observando os espaços e as épocas de colheita, por exemplo. Todo esse arsenal foi essencial para que o homem buscasse, a partir desse conhecimento, uma forma mais segura, confortável e eficiente de viver, para si e para as tribos nas quais estava inserido.

Tais observações deram início – paulatinamente – a transições significativas que culminaram no estabelecimento de uma nova conduta e no surgimento do que foi considerada uma das grandes descobertas da humanidade: a agricultura, ou seja, a transformação do homem nômade para o homem sedentário, que passou a pensar e agir a fim de construir e estar em contato com outros homens e outras tribos, formando, assim, as primeiras sociedades.

Percebe-se que esse foi o primeiro grande protagonismo alimentar. E aqui, não se observa somente a importância do feito para a questão dietética e de sobrevivência, mas é importante ressaltar que, já no Paleolítico, o homem dá início ao estabelecimento de outros tipos de relação com comida, como o fato de conferir a esse item – inicialmente tido somente como para sobrevivência biológica – uma carga considerável de simbolismo. Ao contar a história da alimentação em livro homônimo, Flandrin e Montanari (2015, p. 51) afirmam que “[...] é provável que, desde essa época, as preferências culturais – gostos transmitidos de geração a geração – tenham se manifestado”. Essa possibilidade se deu pela evolução tecnológica em torno do ato de cozinhar: o desenvolvimento e aprimoramento de objetos e utensílios (como facas), de técnicas de conservação de alimentos, entre eles a cocção – após o descobrimento do fogo.

A questão simbólica e de definição estrutural da sociedade passa a ser mais evidente no Neolítico – 10000 a.C a 6000 a.C (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 25) – com o estabelecimento da agricultura, que viria a revolucionar a vida do homem. Foi nesse período em que começou a se domesticar efetivamente animais – cabra, ovelha e cães – e plantas, como o trigo e a cevada (HOEBEL; FROST, 2006), sendo que, outros

elementos foram acrescentados a essa lista somente mais tarde<sup>5</sup>. Nesse período da história, a humanidade teve que aprender a lidar com o surgimento de estruturas decorrentes da agricultura, entre eles o excedente de produção, por exemplo.

O resultado dessa alteração de modelo alimentar tem um grau de complexidade extremamente grande: o comércio é um grande diferencial, que, na verdade, nessa época, estava baseado na troca dos excedentes da agricultura; com o surgimento dos primeiros indícios de desigualdade social, expõem-se as primeiras ideias de poder relacionadas à produção de determinados alimentos e à posse. Sobre esse poder, ainda é possível destacar que

A ideia de que as pessoas têm diferentes trabalhos ou profissões, e que algumas são mais ricas que outras, é considerada natural hoje, mas durante a maior parte da existência humana essa percepção não existia. A maioria dos caçadores-coletores, e, depois, dos primeiros agricultores, possuía riqueza equivalente e passava seus dias fazendo as mesmas coisas que os demais na comunidade. Estamos acostumados a pensar a comida como algo que reúne as pessoas, seja literalmente, em volta da mesa numa reunião social, ou metaforicamente, através de uma cozinha regional ou cultural compartilhada. A comida também é dividir e separar. No mundo antigo, alimento era riqueza, e controle do alimento era poder. (STANDAGE, 2010, p. 44)

Constata-se que, além da institucionalização do poder que veio junto com o estabelecimento da agricultura, pode-se concluir que: “[...] a alimentação torna-se progressivamente elemento essencial na estruturação dos grupos de expressão e identidade própria e origem de um pensamento simbólico” (FLANDRIN; MONTANARI, 2015, p. 52). Essas questões relativas à identidade e simbolismo são muito relevantes e podem ser vistas até hoje no que diz respeito à celeiros de produção e de pertencimento a determinado grupo.

Ainda sobre o controle do alimento e o conseqüente poder daqueles que o detinham, esse não é um “privilégio” do mundo antigo. Na contemporaneidade vê-se que a comida tem um papel determinante quando o assunto é manipulação e exercício do subjugar. Vide o desperdício no globo de 1,3 bilhões<sup>6</sup> de toneladas de alimentos e o

---

<sup>5</sup> Para esses autores, Hoebel e Everett (2006), existiram duas fases da agricultura: uma chamada incipiente, que traz os primeiros passos do homem no rumo à domesticação da natureza e dos animais (“horticultura das florestas”, “desbravamento a fogo e golpes”, os primeiros cultivos – arroz e milho – nas antigas civilizações); e a intensiva, que traz elementos modernos, como os aparelhos (arado) e técnicas (pastoreio). Mesmo assim, as duas formas de agricultura ocorreram no Neolítico.

<sup>6</sup> Estudo realizado em 2013 pela FAO - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura. Disponível em <<http://www.fao.org/news/story/pt/item/204029/icode/>>. Acesso em: mar/2018.

aumento da fome – em 2016 chegou a atingir 11% da população mundial – na Ásia, América Latina e Caribe e África, sendo que, nesse último, o nível de desnutrição é o maior do mundo<sup>7</sup>, o que mostra um poder alimentar significativo dos continentes europeu e norte-americanos.

Josué de Castro (1984, p. 21) afirma que essa percepção da fome – que sempre existiu – só foi sentida, na verdade, após as guerras mundiais e a revolução russa, justamente pelo fato de que “[...] pereceram dezessete milhões de criaturas, dos quais doze milhões de fome.”. Para o autor, a civilização ocidental vivia em uma bolha mágica, onde a fome não entrava e não era sentida até então. Os escritos de Castro corroboram com os dados mais atuais da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) – que surgiu justamente após esse despertar ocidental, e também com a ideia apresentada acima, de que o ocidente realmente mostrava-se superior no que diz respeito ao poderio da alimentação, sobretudo Europa e Estados Unidos.

Apesar dessa supremacia ocidental, Castro reitera que

Na realidade, a fome coletiva é um fenômeno social bem mais generalizado. É um fenômeno geograficamente universal, não havendo nenhum continente que escape à sua ação nefasta. Toda a terra dos homens tem sido também até hoje terra da fome. Mesmo nosso continente, chamado o da abundância e simbolizado até hoje nas lendas do Eldorado, sofre intensamente o flagelo da fome. E, se os estragos desse flagelo na América não são tão dramáticos como sempre foram no Extremo Oriente, nem tão espetaculares como se apresentaram nos últimos anos na Europa, nem por isso são menos trágicos, visto que, entre nós, esses estragos se fazem sentir mais sorrateiramente, minando a nossa riqueza humana numa persistente ação destruidora, geração após geração. (CASTRO, 1984, p. 48)

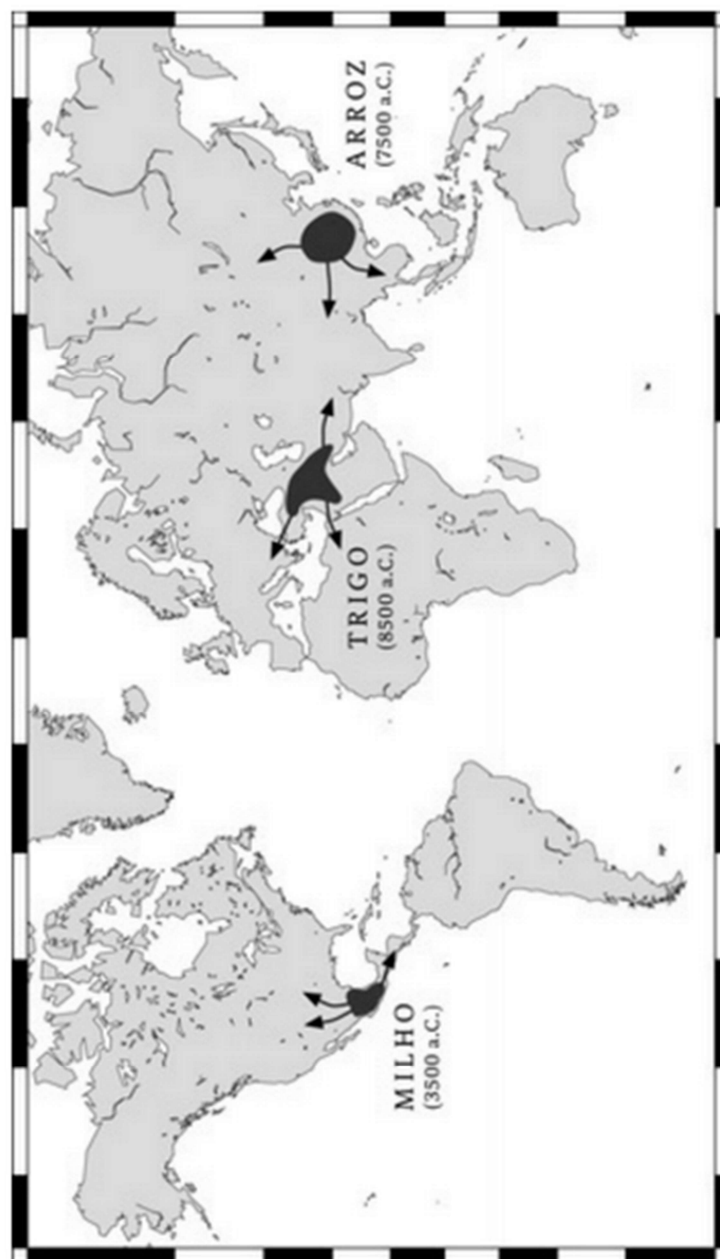
Ou seja, em todos os continentes, em variadas épocas da história da humanidade, o homem teve fome, seja por guerras, por problemas de produção e escoamento, por relações de poder e/ou econômicas que se mostraram mais importantes que o acesso da população ao alimento. Aqui entende-se que se trata de um panorama muito complexo e que envolve muitos elementos.

---

<sup>7</sup> O mapeamento sobre a fome no mundo foi realizado por diversas entidades: FAO (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura), FIDA (Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola), UNICEF (Fundação das Nações Unidas para a Infância), WFP (Programa Mundial de Alimentos) e Organização Mundial da Saúde. Os dados completos estão no relatório intitulado “Estado de segurança alimentar e nutrição no mundo” – 2017 (tradução nossa), disponível no endereço: <<http://www.fao.org/3/a-I7695s.pdf>>. Acesso em: mar/2018.

E foi essa complexidade que deu início às descobertas de outros territórios e as novas formas de produção. A existência de três alimentos que hoje são essenciais na dieta mundial é mostrada no mapa a seguir apresentado por Standage (2010), onde está explicitada a origem dos alimentos – no caso, o trigo, o arroz e, posteriormente, o milho – e seus canais de escoamento a partir do período em que foram descobertos, mostrando as rotas pelas quais esses foram enviados a outros países e continentes.

**Figura 1.** Centros de origem e rota de escoamento de produção



Fonte: STANDAGE, 2010, p. 24.

A evolução do homem aconteceu gradualmente e, assim, chegou-se no que a história convencionou chamar de Idade dos Metais, período no qual as sociedades passaram a utilizar os metais para forjar seus utensílios. Foi durante os anos de 5000 a.C. e 4000 a.C. que o homem constituiu as primeiras cidades, o comércio se estabeleceu como uma prática efetiva e comum, e houve a substituição da pedra pelos metais – cobre, bronze e ferro. Mas, para o panorama que está sendo mostrado nesta tese, o interessante que se apresenta nessa fase da história é o surgimento das atividades especializadas, dentre elas, o ofício do cozinheiro (FREIXA; CHAVES, 2012).

Em um salto cronológico, passando para o ano de 3500 a.C., quando começa a chamada História Antiga, com o advento da escrita, é possível ver o avanço das primeiras civilizações, que vão sendo moldadas de acordo com cada cultura, dentre elas estão Egito, China, Grécia e Roma. Assim como evoluíram as civilizações, também prosperaram as atividades na cozinha, com o surgimento das profissões e o advento da especialização. Tal atividade foi sendo aprimorada ao longo dos tempos, mas foi na Mesopotâmia, nos anos 2000 a.C. (FREIXA; CHAVES, 2012), que aconteceu o primeiro registro da profissão de cozinheiro. Foi na Mesopotâmia – e nessa mesma época – que surgiram os primeiros receituários com informações e modos de fazer de “sopas, guisados, grelhados e até preparos ao ‘molho pardo’” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 53).

Socialmente, a comida atuou como um elemento de relevância, como no caso dos bárbaros e dos gregos, sendo que, a diferenciação entre eles se dava pela

[...] comensalidade: o homem civilizado come não somente (e menor) por fome, para satisfazer uma necessidade elementar do corpo, mas, também, (e sobretudo) para transformar essa ocasião em um momento de sociabilidade, em um ato carregado de forte conteúdo social e de grande poder de comunicação. (FLANDRIN; MONTANARI, 2015, p. 108)

É nessa época que os banquetes se estabelecem como uma maneira de contraponto à incivilidade, à falta de educação e ao sentimento de repúdio a quem se mostrava contrário ao desenvolvimento e estabelecimento do que alguns grupos já chamavam de civilização.

Nesse ponto cabe uma consideração. Se, no período Pré-Histórico a comida passou a simbolizar a questão do poder, também colocando em evidência a desigualdade social e o pensamento já classista, na Antiguidade a comida passa a ter outra conotação – que, do mesmo modo, não foge da questão do poder – pois mostra que, por meio dos

modos à mesa, é possível identificar quem era civilizado. Por isso, Flandrin e Montanari (2015) indicam três aspectos que devem ser considerados durante essa fase a respeito da alimentação: a comensalidade, os tipos de alimentos consumidos e a dietética. Sendo assim, é possível compreender que o ditado popular “você é o que você come” já fazia sentido lá na Antiguidade, quando, por meio da comida, dos hábitos alimentares, da preocupação com o que se ingeria, era possível perceber não só de quem se tratava, mas também sua posição dentro de um contexto social.

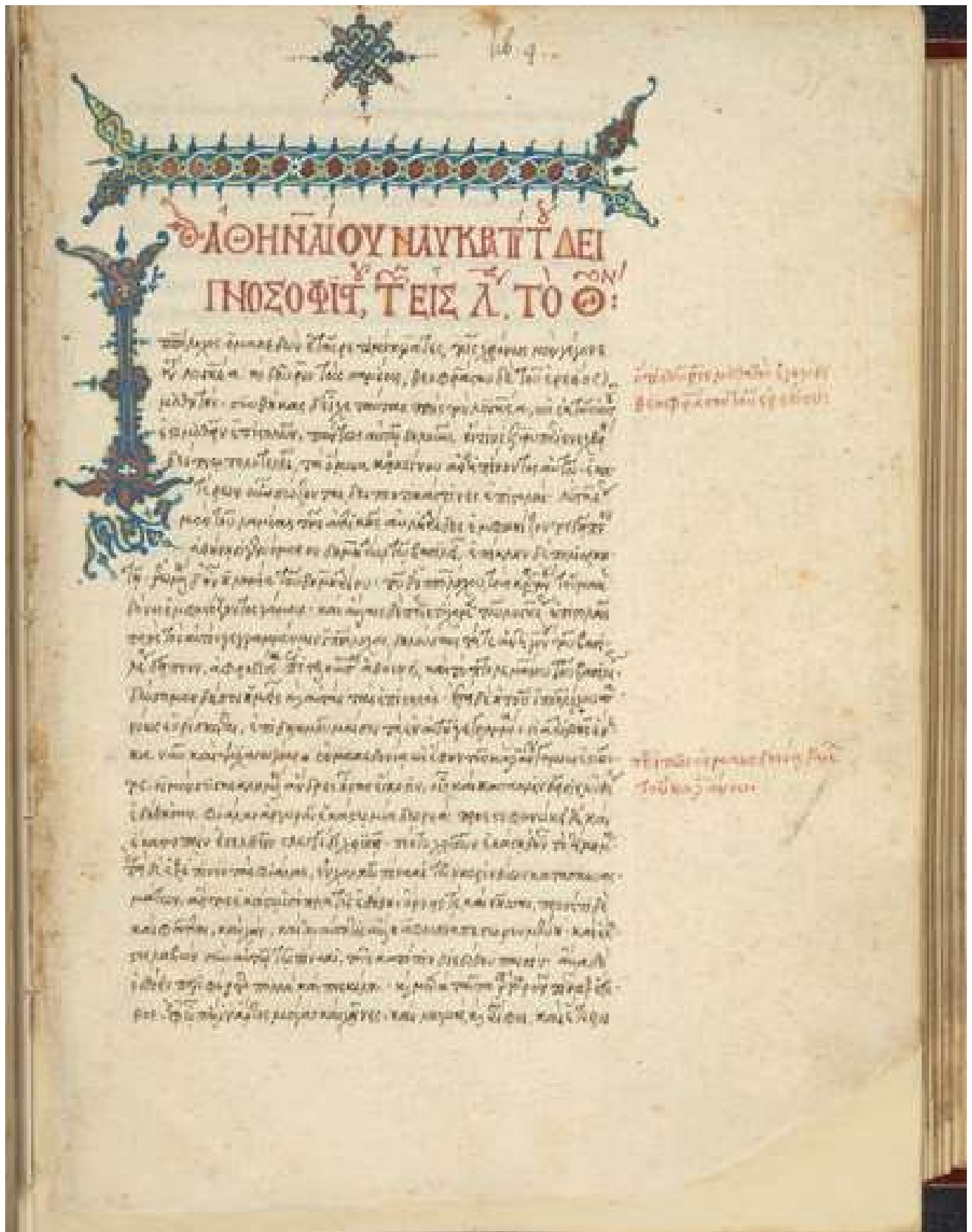
Standage (2010, p. 44) afirma que essa foi a segunda grande revolução causada pela comida em âmbito social, já que “Com a agricultura, as pessoas se estabeleceram; com a intensificação da produção, elas se dividiram em ricas e pobres, em governantes e agricultores.”. Aqui, é necessário acrescentar a questão do *status* relacionado à comida: civilizado ou selvagem. Essa dicotomia, que aparece na Antiguidade, fica muito evidente na Grécia e em Roma, locais onde houve a primazia pela cultura, pelas artes, pelo belo (JANSON; JANSON, 1996), além da busca da construção de um modelo de perfeição nunca antes visto pela humanidade.

Essa procura não se restringiu ao campo das artes, mas se estendeu até a alimentação, pois “Da Grécia antiga nos veio o respeito pelo bem comer e o bem viver” (ORNELLAS, 2008, p. 62). Além disso, é desse período que data o *Deipnosophistae* (Figura 2), o primeiro compêndio de culinária que existiu no mundo.

A obra foi escrita por Athenaeus no ano de 228 a.C., conta com 15 volumes e, além de falar sobre gastronomia, também traz uma espécie de código a respeito da vida da elite grega, “(...) incluindo música, dança, conversação, escritos, alimentos e etiqueta à mesa” (ORNELLAS, 2008, p. 62).

Considerando que essa fase da humanidade foi muito profícua em evoluções, cabe ressaltar que a gastronomia nasce sob a etimologia grega: *gastros* (estômago) e *nomas* (lei) (ORNELLAS, 2008) formaram a palavra que se conhece e se utiliza até hoje, de acordo com o Dicionário Aurélio, para denominar o “[...] conjunto de conhecimentos e práticas relacionados com a cozinha, com o arranjo das refeições, com a arte de saborear e apreciar as iguarias.”. Ainda nesse período, registra-se o surgimento de profissões relacionadas à incipiente arte de preparar os alimentos que resistiram ao tempo: “[...] padeiro, confeitoiro e a equipe de serviço, com *sommelier*, *maitre* e mestre de cerimônias” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 53).

Figura 2. Deipnosophistae



Na Antiguidade<sup>8</sup> ainda é possível encontrar mais uma grande contribuição da comida para a evolução humana: a busca pelas especiarias, considerada por Standage (2010) a responsável por refazer o mundo pela terceira vez. Essa etapa foi muito importante, pois possibilitou a conexão entre os países do Velho Mundo com os do Oriente, principalmente com a Índia. As rotas do comércio foram as responsáveis por estabelecer a comunicação entre esses continentes e promover o intercâmbio, não somente das tão desejadas especiarias – como a canela, mas, também, de cultura.

A rede estabelecida na corrida pelas especiarias manteve-se durante aquele que foi o período considerado um dos mais duros da história, a Idade Média. Apesar das controvérsias históricas a respeito do que foi chamado de “idade das trevas” por conta do sistema de retorno aos feudos e à vida rural, assim como nas artes e na arquitetura – alavancada pela intensa produção relacionada à igreja católica, a comida teve um papel bastante significativo e de transformação no que tange ao costume relativos a refeições e aos baquetes, originários da Antiguidade.

Entre a gama de meios de comunicação não-verbais da Idade Média, a refeição era um dos principais sinais que permitiam dar a conhecer decisões, inovações e mudanças (...). Essas refeições eram organizadas em diversas ocasiões: quando indivíduos ou coletividades selavam a paz ou faziam alianças; quando grupos celebravam ritualmente, em datas fixas, a continuidade de seus laços; quando um acontecimento particular (batismo, casamento, sagração de um cavaleiro, investidura) exigia que as relações fossem explicitadas e reforçadas por um comportamento adequado. A refeição era conhecida e utilizada como sinal de criação ou de reconhecimento de um laço social. (FLANDRIN; MONTANARI, 2015, p. 301)

Parte essencial da vida humana – em termos biológicos e dietéticos – a refeição continua a ser considerada um elemento de alto grau simbólico nas civilizações abordadas até aqui. Esse fato é corroborado por sua subsistência enquanto referencial de significados. Ademais, pode-se confirmar a importância da comida pelo local onde ficavam as cozinhas na época feudal no século XIV: eram construídas ao centro das habitações, com o fogão como peça central ornamentado com uma chaminé que dava para o exterior (o que configurava os modelos rústicos das primeiras lareiras), mais que isso, era o palco principal das reuniões que eram realizadas sempre ao redor do fogo (ORNELLAS, 2008).

---

<sup>8</sup> Esse período já é considerado por Flandrin e Montanari (2015) como Antiguidade tardia, ou seja, o final da Antiguidade, caminhando para a Idade Média.

Com o término da Idade Média, surge o Renascimento (ainda a partir do século XIV), que, como o próprio nome sugere, é a retomada do que foi deixado de lado ao final da Antiguidade Clássica, em uma tentativa de resgatar o crescimento científico, as artes de modo geral (indo mais além do que era feito somente pela igreja) e as expansões territoriais. Para Freixa e Chaves (2012), trata-se de um período que oscila entre a globalização e a regionalização, pois existe uma grande vontade das nações de conquistar novas áreas, mas, ao mesmo tempo, há uma intensificação do local e do regional no que diz respeito à cultura, justamente pelo fato de que os países estão se fortificando e se solidificando territorial e culturalmente.

É nesse ponto da história que a América passa a figurar com grande destaque. Os motivos são simples: tratava-se de uma grande porção de terra a ser explorada, mão-de-obra que poderia ser utilizada para o trabalho – tanto nas colônias quanto nas regiões das coroas, e também a presença de uma imensa biodiversidade. Entre fauna e flora, as fontes de alimentos recebidas com maior entusiasmo pela Velha Europa foram: “[...] o peru da América do Norte; a baunilha e o cacau do México; o milho pipoca, o tomate e as batatas do Peru, além de outras espécies de milho, feijão, amendoim [...]” (ORNELLAS, 2008, p. 97).

Com o grande intercâmbio de alimentos realizado a partir dessa época, foi possível observar uma transformação de maneiras de cocção, dos modos de preparo e dos próprios ingredientes.

No Quadro 1 é possível observar a grande viagem pelo mundo que foi empreendida pelos alimentos, além de estabelecer conexões entre os países, como o caso do macarrão, por exemplo, que foi idealizado na Idade Média (FLANDRIN; MONTANARI, 2015) com a farinha de trigo originária do Mediterrâneo e que, posteriormente, foi aprimorado e tornou-se o grande símbolo identitário da Itália. Isso aconteceu com vários outros itens do que se pode chamar de dispensa do mundo: os alimentos viajaram com os homens em suas rotas de descoberta, passaram pela adaptação aos novos ambientes e pela ressignificação, para que pudessem fazer parte de um novo sistema alimentário. Como afirmou Standage (2010, p. 123), “A mistura pós-colombiana do caldeirão global de alimentos correspondeu à mais importante reordenação do ambiente natural pela humanidade desde a adoção da agricultura.”. Esses processos não foram rápidos, muito menos aconteceram de maneira simples. As batatas, por exemplo, foram consideradas alimento para os porcos na Europa, sendo incorporados à dieta do Velho Mundo somente muito tempo depois de sua chegada ao continente.

**Quadro 1.** Alimentos e suas origens

<b>CONTINENTE</b>	<b>ALIMENTOS</b>
<b>América</b>	Batata, batata-doce, pimentão, milho, mandioca, abóbora, tabaco, cacau (chocolate), tomate, caju, mamão, abacaxi, goiaba, amendoim, abacate, peru, baunilha, pimenta <i>capsicum</i> , diversos tipos de feijão, quínuia, amaranto, pimentão.
<b>Ásia</b>	Arroz, pepino, espinafre, berinjela, chá, laranja, limão, banana, tangerina, lima, marmelo, manga, coco, jaca, carambola, cravo-da-índia, coentro, manjericão, canela, pimenta-do-reino, cana-de-açúcar.
<b>África</b>	Inhame, quiabo, café, dendezeiro, jiló, pimenta-malagueta, galinha-d'angola.
<b>Mediterrâneo</b>	Cebola, alho, farinha de trigo, cevada, centeio, fava, salsa, cebolinha, alcachofra, uva, vinho, figo, hortelã, manjericão, azeitona, azeite de oliva, vaca, porco, ganso, pato, carneiro, cabra, laticínios

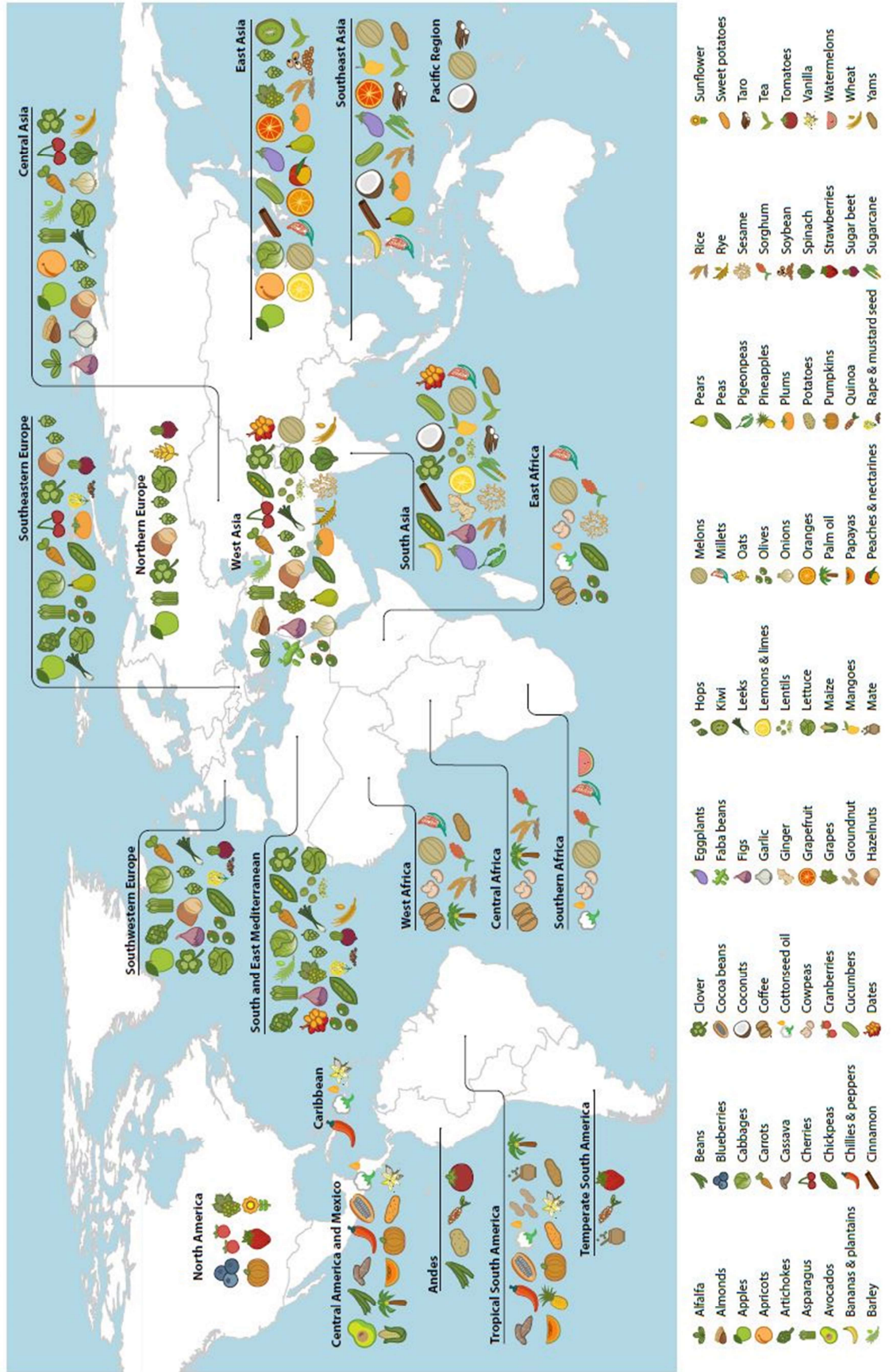
Fonte: FREIXA; CHAVES, 2012, p. 91.

Para compreender essa rota alimentar de uma maneira bem didática, lança-se mão de um estudo realizado no ano de 2016 que resultou em um mapa atualizado de todos os alimentos e suas origens, como pode ser visto na Figura 3.

# ORIGINS AND PRIMARY REGIONS OF AGRICULTURAL CROPS



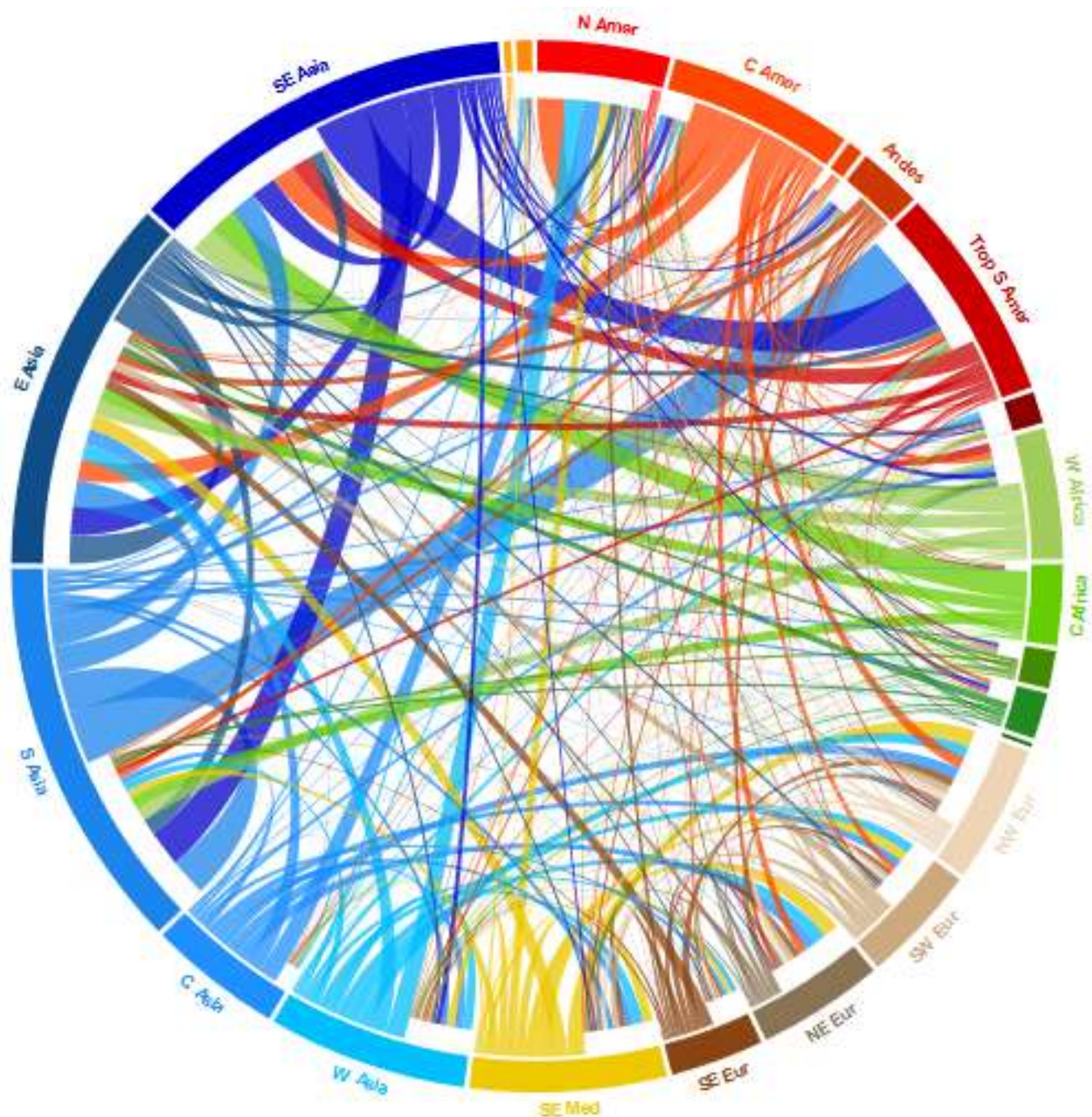
Khoury CK, Achicanoy HA, Bjorkman AD, Navaro-Racines C, Guatino L, Flores-Palacios X, Engels JMM, Wiersma JH, Dempewolf H, Sotelo S, Ramirez-Villegas J, Castañeda-Alvarez NP, Fowler C, Jarvis A, Rieseberg LH, and Struik PC (2016). Origins of food crops connect countries worldwide. Proc. R. Soc. B 283: 20160792. DOI: 10.1098/rspb.2016.0792.



Fonte: CIAT, 2016a, WEB.

Na Figura 3 é possível ver frutas, verduras, legumes e sementes nas regiões onde foram encontradas e de onde foram escoadas para o mundo. Como complemento, o intercâmbio realizado entre todo esse fluxo alimentário pode ser visto na Figura 4, onde fica clara a intersecção da produção alimentícia das diversas regiões do globo e para onde elas vão.

**Figura 4.** Produção e escoamento alimentar entre regiões no mundo



Fonte: CIAT, 2016b, WEB.

É interessante notar o cruzamento das linhas na Figura 4, que mostra de onde vêm os alimentos, mas que eles também estão presentes em diferentes lugares. A produção não necessariamente se dá em seus locais de origem, bem como seu consumo. Como exemplo, pode-se citar os alimentos dispostos na Figura 1:

- Trigo: surgiu na Europa e hoje está presente em todo o mundo;
- Arroz: originário da Ásia e muito consumido no continente, o cereal se tornou um dos coringas da alimentação diária brasileira juntamente com o feijão;
- Milho: de origem mexicana, ultrapassou fronteiras e está presente na alimentação da população mundial.

Na busca por novas terras durante as colonizações europeias, sabe-se que os habitantes do Velho mundo também levaram seus costumes para as Américas a partir do século XV. Um dos itens que chegou foi o pão feito de farinha de trigo que no México, por exemplo, teve grande impacto, já que a dieta pré-hispânica era centrada no milho e nas conhecidas *tortillas*, símbolo da culinária mexicana. Voltando à Antiguidade, quando os civilizados eram diferenciados dos selvagens pelos costumes à mesa, os espanhóis mostraram aos mexicanos que ser civilizado era comer o pão de farinha de trigo e não os feitos de milho. Mesmo assim, no México, essa manobra não conseguiu excluir a farinha de milho (muito menos as *tortillas*) do cardápio dos mexicanos.

No Brasil algo parecido aconteceu com a mandioca, base de muitos dos pratos dos indígenas, no entanto, assim como no México, o colonizador se adaptou ao uso dessa raiz, além de outros artigos como o milho (FREYRE, 2003). Como parte desse intercâmbio, os portugueses trouxeram para o país “sal, cana-de-açúcar, gado, coqueiros, bananeiras doces, cítricos, mangueiras e especiarias” (ORNELLAS, 2008, p. 228), ingredientes esses provenientes de outras localidades.

Os países da América Latina – grande parte de colonização espanhola – resultaram numa mescla entre a dieta do colonizador e do colonizado. Muito do que se vê atualmente é uma fusão, dada por imposições – como foi dito acima sobre a questão da civilidade – e por adaptações no uso de ingredientes encontrados nas novas terras e que passaram a fazer parte da dieta das cortes.

A expedição marítima, que fez com que Cabral atracasse em solo brasileiro, já trazia – além da vontade de conquista, seus costumes culinários, apesar da grande escassez de comida, os problemas de armazenamento e a fome da tripulação, que não era autorizada a comer determinados alimentos.

Numa viagem sem incidentes a comida embarcada mal satisfazia as necessidades básicas dos marinheiros. (...) O principal alimento era o biscoito seco (...). O vinho era também presença obrigatória, sendo a ração diária calculada em uma cana (um quarto de litro), na mesma proporção que a água potável, usada para beber e cozinhar. (...) A carne era controlada e distribuída a cada dois dias. Na ausência dela oferecia-se queijo ou peixe e arroz, quando disponível. Outro problema era a armazenagem. Como o grosso dos alimentos embarcava junto com a tripulação, no início da viagem era comum ocorrerem infestações de ratos, baratas e besouros, que disputavam a comida com igual voracidade. (SCHWARCZ; STARLING, 2015, p. 26)

O que veio para o Brasil, então, foram alguns hábitos alimentares de Portugal, como o vinho, por exemplo. E essa chegada não foi das mais pacíficas, como conta a História. O período de adaptação / aceitação do Brasil às novas rédeas da coroa portuguesa foi longo, principalmente pelo fato de que os índios resistiram muito a abandonar seus costumes e a serem subjugados pelos colonizadores. (RIBEIRO, 2006). Assim se justifica o abandono de muitos dos hábitos alimentares indígenas pelos brasileiros, além do desaparecimento de alguns deles também por conta da dizimação dos primeiros habitantes do país (SCHWARCZ; STARLING, 2015). A chegada dos escravos africanos foi igualmente relevante na construção do paladar do brasileiro, apesar de haver controvérsias sobre a sua influência direta na dieta dos habitantes do Brasil-Colônia.

De acordo com Freyre (2003), muitas comidas portuguesas e indígenas tiveram uma grande modificação por conta dos temperos ou pelas técnicas novas que foram aplicadas pelos negros aos alimentos aqui existentes, além de citar como pratos essencialmente brasileiros, mas de técnica essencialmente africana pratos como o vatapá, o quibebe e a tradicional farofa. Já Carlos Alberto Dória afirma que os escravos não podiam expressar-se pelos alimentos e nem por sua maneira de alimentar-se, por isso o autor não acredita que seja possível considerar uma influência real e verdadeiramente contributiva para a constituição da culinária brasileira. “[...] Um componente necessário para o desenvolvimento de uma culinária é a liberdade [...]. A culinária está ligada à abundância e não à fome.” (DÓRIA, 2016, p. 71).

Apesar do ponto de vista consistente de Dória, é preciso lembrar que, mesmo não sendo livres, os escravos africanos ainda reproduziam seus costumes em variadas áreas, mesmo que na clandestinidade, tanto que é possível encontrar intersecções em âmbitos religioso, musical e, porque não afirmar, gastronômico.

Mas durante esse período da História do Brasil, ainda não é possível dizer que o país possuía uma culinária própria, justamente pelo fato de que se tratava de uma colônia

de exploração, ou seja, tudo deveria ser retirado e enviado para a coroa portuguesa. Esses traços começam a mudar somente após a segunda metade do século XIX, chegando a uma identidade mais concreta somente no século XX.

Enquanto o Brasil ainda buscava o que poderia ser tido e reconhecido enquanto identidade nacional culinária, na França do século XVII, em meio ao reinado absolutista, à toda pompa e circunstância de reinados como o de Luís XIV, os banquetes e a procura pela beleza até no ato de comer, foram um pontapé inicial para a instauração do que é chamado até hoje de berço mundial da gastronomia. A partir daí surgiram, por exemplo, os primeiros *menus* (1751) – ilustrados posteriormente por artistas plásticos importantes da corte, os primeiros restaurantes (1765) com um conceito mais rústico, porém, muito parecido com o que é visto na atualidade: novas receitas e um *menu* que continha os preços ao lado dos nomes dos pratos oferecidos pelo estabelecimento (FREIXA; CHAVES, 2012).

A sua consolidação, a era de ouro da gastronomia francesa – que envolveu não somente a comida, mas também uma enormidade de técnicas e aprimoramento de pratos – se deu ao final do século XIX e início do século XX, com nomes mundialmente reconhecidos no ramo gastronômico como Antonin Carême (considerado o criador da alta cozinha) e Auguste Escoffier, “Ambos fundamentaram as bases da gastronomia francesa e deixaram muitos legados para a cozinha profissional” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 122), além do aparecimento dos primeiros críticos e escritores da comida e do bem comer, como Brillat-Savarin e Alexandre Dumas.

Foi a França também a responsável pela idealização e disseminação da cozinha internacional, alavancada pelos primeiros hotéis construídos por César Ritz e que se tornaram exemplos a serem seguidos por toda a Europa e, posteriormente, por todo o mundo. Um outro movimento interessante que começa a surgir é a mescla entre a culinária francesa – com toda sua modernidade e requinte – com os ingredientes e pratos de cada país ou região, inseridos no cardápio dos restaurantes e hotéis para agradar aos moradores locais e aos turistas (FREIXA; CHAVES, 2012). As autoras Freixa e Chaves (2012) indicam alguns dos pratos que surgiram – ou foram ressignificados – nesse momento da história:

[...] o inglês *roast-beef* e o *beef-steak* (bisteca): o caviar e o estrogonofe russos; os italianos frango à *spadoni* com *funghi sec* (cogumelos secos) e folhas de sálvia; a lasanha à bolonhesa, o macarrão, a polenta, o queijo parmesão e o sorvete; o supremo de frango à cubana; o lombo à californiana. E, claro, muitas opções de clássicos franceses, como o *steak au poivre* (filé ao molho de pimenta-verde), o *canard à l'orange* (pato com laranja e guarnição de purê de maçã) e a sobremesa *crêpe Suzette* (realizada no salão, sobre um *réchaud* à mesa, diante de quem a pediu). (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 136-137)

Ao mesmo tempo em que ocorre a era de ouro da gastronomia francesa – época da publicação em anonimato do livro *A fisiologia do gosto*, de Brillant-Savarin (1995) –, no Brasil, os séculos XVII e XVIII continuam mostrando a exploração territorial, fato que vai mudar somente com a fuga de D. João VI de Portugal para o Brasil. Com a transferência da residência real, a colônia torna-se a casa da realeza, o que mostra a necessidade de alterações significativas no cenário construído até então. Um dos elementos a serem considerados é a elegância no comer e as boas maneiras à mesa, compreendidos por grandes banquetes preparados pelos cozinheiros reais.

De acordo com Ornellas (2008, p. 240), nessa época já havia se estabelecido uma certa “tradição alimentar”, com produtos que estavam sempre à mesa do brasileiro e que eram de preparo simples: farinha de mandioca, farofa, tutu, pirão, milho, fubá, angu, feijão, arroz, macaxeira, batatas, cará, inhame, abóbora, carne seca, peixe fresco, porco, bode, carneiro, galinha e ovos. A partir de então as preparações começavam a assumir um caráter mais regional: peixe e mandioca no Norte; dendê, coco e açúcar, no Nordeste; carne fresca e churrasco no Sul. Com esse panorama descrito pela autora, já é possível reconhecer as peculiaridades que existiam – e ainda existem – em cada Estado do país, principalmente pelas zonas de produção dos alimentos que eram disponibilizados, tanto para a alimentação daqueles que ali viviam, quanto para a comercialização entre as regiões.

Em meio ao início da regionalização da comida presente no prato dos brasileiros aconteceu a fusão entre os elementos que compõem o prato mais consumido no país: arroz e feijão. A popularização do arroz, originário na China, aconteceu no Brasil a partir do século XVIII, inicialmente no Maranhão. O ingrediente foi misturado com o feijão e acrescido de “farinhas de mandioca e de milho”, dieta que passou a fazer parte da vida urbana no país, consolidada no século XIX. Foi dessa forma que nasceu “[...] o prato feito “arroz com feijão, bife e salada” servido nos restaurantes e botecos seria a refeição completa do brasileiro.” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 197).

Enquanto isso, nos países do norte crescia a industrialização e a urbanização, modificando o cenário dos territórios, cada vez menos rurais e caminhando para uma total e completa urbanização no século seguinte. Tais transformações afetaram também as formas de comer, culminando, por exemplo, na industrialização dos alimentos. “[...] Ao surgirem alimentos parcial ou inteiramente processados, grande parte do trabalho de preparação das refeições passava a ser feito fora de casa.” (FRANCO, 2010, p. 223). Sendo assim, percebe-se que a indústria alimentícia mostrou uma nova forma de produção que levou à profundas alterações na sociedade como um todo.

Standage (2010) vai além e mostra que os alimentos passaram a ter, ao final do século XVIII e durante o século XIX, uma importância mais do que biológica, mas estratégica, sendo utilizada nos conflitos militares que se desenvolveram nesse período, como na Guerra de Independência dos Estados Unidos (1770-1780) e a Guerra Civil (1860). Um outro exemplo trazido pelo autor é a derrota dos exércitos napoleônicos na Europa devido à falta de capacidade para armazenamento eficaz de alimentos, para, com isso, poder alimentar suas tropas e prosseguir com as conquistas.

Como tentativa de resolver os problemas de armazenamento alimentar (questão que persistiu durante muito tempo), seja na guerra ou no cotidiano das pessoas, Standage (2010) coloca em evidência a evolução da tecnologia à serviço das guerras – que, apesar da finalidade, trouxe produtos significativos para a sociedade. Entre uma de suas criações está a comida enlatada, artefato que fez com que as tropas – com a ajuda da criação das estradas de ferro – pudessem ser alimentadas em qualquer lugar e, de certa forma, com qualidade. Fato, do qual, não pôde compartilhar Napoleão.

Nessa época, o cenário brasileiro mostrava cada vez mais intersecções culinárias, que foram alavancadas, a partir do século XIX, pela chegada cada vez mais constante de produtos estrangeiros, fato que ajudou a desenvolver o gosto por alimentos como queijos, doces e vinhos franceses (ORNELLAS, 2008); a chegada os imigrantes – em sua maioria italianos, que também trouxeram a apreciação vinhos e as massas; início dos grandes cultivos de açúcar e de café – centrando a riqueza do país em dois elementos alimentares.

Tal configuração já mostrava que, após a independência, o Brasil começava a buscar “[...] seu próprio destino: com a abertura dos portos, entrariam novos produtos alimentícios e chegariam imigrantes das mais variadas nações, cujos costumes gastronômicos se incorporariam à nossa cultura.” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 191).

E a entrada de imigrantes foi realmente um diferencial importante na construção da identidade nacional, sobretudo pela mescla de culturas que passou a se formar em

todos os aspectos da sociedade brasileira. O fluxo de pessoas durou um certo tempo e trouxe ao país levas de diferentes nacionalidades em distintos anos, mas que se concentraram no final do século XIX e início do século XX.

Entre 1877 e 1903, cerca de 71 mil imigrantes entraram por ano no Brasil, sendo 58,5% provenientes da Itália. Entre 1904 e 1930, o número chegou a 79 mil, com os portugueses alcançando 37% do total de entradas. Em 1908 aportaria aqui a primeira leva de imigrantes japoneses, radicalizando ainda mais a babel de culturas que afluíam ao país. E, se as origens eram muitas, em comum havia o desejo de “fazer a América”. (SCHWARCZ; STARLING, 2015, p. 323)

Tal panorama reitera que, além das influências indígenas, portuguesa e africana, ainda houve uma abordagem internacional com a chegada, tanto dos imigrantes, quanto dos ingredientes e costumes que esses trouxeram consigo e que alteraram, significativamente, a forma de comer dos brasileiros. Da mesma maneira, a França ainda continuava exercendo sua influência como modelo de alta gastronomia para o mundo, mostrando que, cada vez mais, a internacionalização e/ou globalização do comer estava evoluindo rapidamente.

O que cresceu vertiginosamente ao final do século XVIII e início do século XIX foi a urbanização. Essa mudança alterou completamente a paisagem do Brasil, mostrando muitas cidades, concreto e indústrias, tudo isso devido a fatores como o aumento da população e o incentivo à imigração. Mais do que isso, verificou-se que “[...] já na década de 1910 se observou um acelerado processo de substituição de importações (...), o qual, unido à crise da agricultura, levou a que cidades e indústrias ganhassem importância renovada no cenário nacional.” (SCHWARCZ; STARLING, 2015, p. 326).

Toda essa renovação levou a instauração de novos hábitos e da construção de diferentes panoramas sociais, econômicos, culturais e alimentários. Isso fez com que essa industrialização, especialmente ao final do século XIX, chegasse também na alimentação. Mudança essa que ocorreu no Brasil e no mundo. “A mecanização dos trabalhos domésticos se refletia nos hábitos alimentares e na estrutura da vida familiar e social. O próprio ritmo de vida passou a exigir refeições mais simples.” (FRANCO, 2010, p. 240). Mais especificamente no que tange à criação de utensílios e artefatos para ajudar na tarefa culinária, foi no início do século XX que começam a surgir invenções como batedeiras e liquidificadores.

Assim como boa parte dos brasileiros deixaram o trabalho do arado, as casas de pau a pique e o chão de terra batido para irem ao encontro da “civilização” presente nas metrópoles que estavam se formando, eles trocaram o mingau de fubá, a quirera, a farinha de mandioca e a comida da roça pelo arroz com feijão, o macarrão e tudo o que chegava aos restaurantes e pratos nacionais.

Com essa mescla de culturas, o Brasil buscava assemelhar-se a outros países no que diz respeito à culinária. Não no sentido de encontrar-se identitariamente, mas de forma a estabelecer um certo parâmetro de cozinha, principalmente perante o modelo já existente – e, de certa forma, em vias de consolidação e legitimação – a nível mundial. O desenvolvimento dava-se a passos menores do que nos países da Europa e dos Estados Unidos, mas as metrópoles brasileiras estavam crescendo e estabelecendo uma sociedade de elementos parecidos com o que era visto no estrangeiro. Um exemplo é o estabelecimento de restaurantes semelhantes aos que surgiram na França lá no século XVIII: “[...] um local que oferecia vários pratos, escolhidos *à la carte* pelo freguês, com preço fixo, pago no final da refeição.” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 215-216).

Alguns séculos depois – entre final do XIX e início do XX, no Brasil, instituem-se pratos e estabelecimentos que podem ser vistos até hoje com grande relevância na culinária brasileira: os pratos feitos – oferecidos como uma alternativa de baixo custo para os trabalhadores das incipientes indústrias das metrópoles como São Paulo; as massas, que passaram a fazer parte do cardápio do brasileiro, entre elas a macarronada e a pizza, sinônimos de brasilidade para alguns, já que foram pratos adaptados e hoje possuem suas próprias características, muito diferentes de suas regiões de origem; cafés e bistrôs que eram frequentados pela elite intelectual, impulsionados em São Paulo pela vida cultural (SCHWARCZ; STARLING, 2015), e os botequins, muito tradicionais no Rio de Janeiro; o sanduíche – representante da cidade de Bauru – nasceu por volta desse período, precisamente numa lanchonete chamada Ponto Chic, na cidade de São Paulo; a feijoada que “[...] recortes de jornais da época mostram que o prato apareceu entre o final do século XIX e começo do século XX no Rio de Janeiro.” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 218).

O século XX no Brasil foi de um crescimento exacerbado em todos os níveis. Foi um centenário que reconfigurou rápida e completamente parte do território nacional, principalmente a região sudeste, onde se instalaram os centros comerciais e econômicos do país: São Paulo e Rio de Janeiro.

Em meio à criação e consolidação dos pratos característicos brasileiros, o mundo conhecia um dos grandes catalizadores de mais mudanças nos hábitos alimentares

mundiais: o *fast food*, a comida rápida, uma resposta para a nova forma de viver, cada vez mais urbana, industrializada e com uma visão totalmente diferente de espaço-tempo. Tal criação mostrou toda sua força no início do século XX. Essa foi uma mudança drástica que levou a grandes alterações, entre elas, a que George Ritzer (2006) chamou de McDonaldização da sociedade. Para o autor, esse movimento “[...] afetou não somente o negócio de restaurantes, mas também a educação, o trabalho, o sistema judicial, a atenção médica, as viagens, o ócio, a dieta, a política, a família, a religião, e, potencialmente, qualquer outro aspecto da realidade.”<sup>9</sup>. Ao tratar do fenômeno, Franco (2010) afirma que uma das diferenças que esse modelo traz é a desritualização da refeição. Ao traçar uma linha de raciocínio na história da alimentação, vê-se que passamos dos banquetes luxuosos à alimentação individual e rápida, ambos os hábitos dizem muito sobre a sociedade nas quais estavam inseridos, bem como sua temporalidade. Franco ainda afirma que esse jeito rápido de comer não é um retrocesso, pois, assim como a gastronomia de outros tempos foi utilizada para atender às necessidades de um período específico, o *fast food* se mostra, hoje, como uma resposta à configuração social que se apresenta, em outras palavras: “satisfaz a necessidade atual de rapidez e resposta à demanda de relações impessoais decorrentes da cultura urbana e de seu ritmo.” (FRANCO, 2010, p. 242).

Bem da verdade, esse estilo chegou ao Brasil não pela rede McDonald’s, mas “A primeira lanchonete de comida rápida a se instalar no Brasil foi o Bob’s, aberto em 1952, no Bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro. Servia cachorro-quente (*hot dog*), hambúrguer, *milk-shake*, *sundae* e coca-cola.” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 224). A rede americana com o M em amarelo – hoje mais conhecido que a cruz cristã<sup>10</sup>, chegou ao país no ano de 1979, primeiro no Rio de Janeiro e, dois anos depois, em São Paulo. Existem várias redes estrangeiras que vieram se estabelecer no Brasil desde então, no entanto, cabe ressaltar que também houve a criação de redes brasileiras como “Bonaparte, em Pernambuco; Mini-Kalzone, em Santa Catarina; Au Au, no Paraná; Pits Burg e Estupendo, no Rio Grande do Sul; e a Habib’s e Giraffas, em São Paulo.”. (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 224).

<sup>9</sup> Tradução nossa. Do original “[...] *la McDonaldización afecta no solamente al negocio de los restaurantes, sino también a la educación, al trabajo, al sistema judicial, a la atención médica, a los viajes, el ocio, la dieta, la política, la familia, la religión, y potencialmente cualquier otro aspecto de la sociedad.*”.

<sup>10</sup> Opinião de Eric Schlosser (2002, p. 19), que afirma que “*Resulta difícil exagerar el impacto de McDonald’s en el actual modo de vida de los norteamericanos. Los dorados arcos de la “M”, que constituye el símbolo de McDonald’s, son hoy más extensamente reconocidos que la cruz cristiana.*”.

Como resposta ao que foi instaurado pelo *fast food* em todo o mundo, surgiu um movimento contrário, com o objetivo de regressar à tradicionalidade do comer, tanto no que diz respeito à ritualização – já perdida, como afirmou Franco (2010) – como no sentido de retomar o uso da comensalidade e do prazer à mesa, também perdidos por conta da individualização e da correria do dia a dia imposta pelo trabalho. A esse movimento foi dado o nome de *Slow Food*, criado na Itália em 1986 e que atualmente conta com mais de 80 mil inscritos em todo o mundo. De acordo com Mader (2007, p. 165), o “[...] *Slow Food* cresceu definindo-se como um Movimento Internacional de apoio à cultura dos alimentos e das bebidas tradicionais.”. Nesse embate, pode-se ver uma verdadeira luta entre o global e o local, justamente pelo fato de o *Slow Food* também buscar o retorno ao tradicional, ao uso de alimentos provenientes de pequenos produtores, enaltecendo os valores, rituais e técnicas locais.

Ainda no século XX, outro fenômeno chamou a atenção: a Revolução Verde. Responsável por uma grande oferta de alimentos alicerçada pelo desenvolvimento científico e tecnológico da indústria alimentícia. Standage (2010) mostra duas vertentes do movimento ao afirmar que essa revolução trouxe malefícios e benefícios à humanidade. O autor reforça o grande impacto ambiental relacionado ao uso dos recursos naturais, e o impacto social, devido à automação dos processos agrícolas, no entanto, o Standage (2010) reconhece que, sem ela, haveria muito mais fome no mundo, isso porque a partir da Revolução Verde houve um crescimento da oferta de alimentos. Nas palavras do autor,

A revolução verde teve consequências de longo alcance; além de causar uma explosão populacional, ajudou a tirar centenas de milhões de pessoas da pobreza e sustentou o renascimento histórico das economias asiáticas e a rápida industrialização da China e da Índia – desenvolvimentos que estão transformando a geopolítica. Mas os muitos outros efeitos colaterais da revolução verde, no âmbito social e ambiental, tornaram-na extremamente controversa. Seus críticos afirmam que ela causou grandes danos ambientais, destruiu as práticas agrícolas tradicionais, aumentou a desigualdade e deixou os agricultores dependentes de sementes e produtos químicos caros fornecidos por companhias ocidentais. Dúvidas foram levantadas também quanto à sustentabilidade a longo prazo da agricultura que faz uso intensivo de produtos químicos. Mas, de uma forma ou de outra, não há dúvida de que a revolução verde fez mais que apenas transformar a oferta de alimentos no mundo na segunda metade do século XX; ela transformou o próprio mundo. (STANDAGE, 2010, p. 212-213)

Em meio às alterações indicadas por Standage, pode-se afirmar que, mais uma vez, a comida torna-se um dos grandes vetores de mudança social, em um movimento contínuo e que garante bastante aceitação, mas também muitas críticas.

O papel da comida torna-se tão importante que Poulain (2013) indica que, a partir dos anos 1990, deu-se início ao que foi chamado de *World Cuisine*, uma forma de cozinhar aberta à interação, à mestiçagem, tanto de ingredientes, quanto de técnicas, além da grande mistura de gostos provenientes de diferentes partes do mundo. Uma das grandes críticas a esse modelo é o poderio estadunidense das indústrias do alimento, que causa o receio, ou seja, essa nova forma de pensar – combatida pelos mais tradicionais, seria um neocolonialismo feito pela comida. Trata-se mais de um embate do que se entende pela dicotomia entre o local e o mundial, o que indica a necessidade de um equilíbrio para aqueles que cozinham e também para os que comem.

Poulain afirma que esse equilíbrio é possível, pois

Se a mundialização nivela certas diferenças, ela é ao mesmo tempo o motor de um processo de diversificação-integração. Ela implica, ao mesmo tempo, novas diferenciações, resultando formas originais de apropriação de produtos ou de técnicas e o desenvolvimento de espaços comuns que servem de ponte entre os modelos alimentares. Desse ponto de vista, os restaurantes de *hambúrguer*, de *pizza*... aparecem como espaços intermediários comuns, como produtos transculturais. (POULAIN, 2013, p. 42)

Outro fenômeno a ser considerado e que está mais próximo nessa linha do tempo é a chamada *gourmetização*. Esse conceito é um tanto quanto recente no Brasil. No entanto, de acordo com o pesquisador Valter Palmieri Júnior trata-se de uma segmentação de mercados, do ponto de vista econômico, e nada mais é do que uma classificação que indica um patamar ou um *status* conferido ao produto, ingrediente, ou o que quer que seja, e que esteja relacionado ao termo. O autor (2017, p. 217) entende que “[...] gourmetização é o processo intencional de sofisticação e exclusividade de um produto, uma forma de diferenciar o que é preparado de modo tradicional, relacionando um produto com a ideia.”. Já em âmbito comunicacional, a pesquisadora Caroline Cavalcanti de Oliveira (2018, p. 348) compreende o fenômeno “[...] como um conjunto de mobilizações estético-comunicacionais relacionadas ao interesse pelo ato de cozinhar, que se estabeleceram de modo a afetar o cotidiano por meio da ambiência dada pela concepção de gastronomia.”.

Depreende-se desses dois pontos de vista que o processo de *gourmetização* que acometeu o país nos últimos anos tem a ver com a questão da valorização e elevação de determinado produto a um outro patamar, com o objetivo de mostrar que ele não é algo comum, algo corriqueiro, que pode ser encontrado em qualquer lugar, qualquer esquina. Trata-se de um ingrediente, alimento, comida com um “quê” a mais, ou, como se posiciona Oliveira (2018, p. 348), tornar algo *gourmet* é “torna-lo excepcional”.

Esse fenômeno mais recente relacionado à gastronomia mostra, mais uma vez, como foi observado desde o início dessa reflexão, uma questão de poder que pode ser chamada também de *status*, que evidencia a diferenciação entre um restaurante e outro, entre uma comida e outra. Um exemplo bem simples pode ser o famoso prato feito, muito consumido no Brasil, que assume um caráter *glamourizado* em restaurantes com *chef's* renomados, que os ressignificam com técnicas e apresentações diferenciadas, elevando-os ao que é considerado alta gastronomia.

Ainda na contemporaneidade vê-se vários movimentos que tem a comida como um vetor, como comunicar seu posicionamento político e ideológico perante o mundo e suas ordenações sociais e econômicas. O movimento é de retorno. Assim como o *Slow Food* busca a retomada do comer devagar, com prazer, da comensalidade, ganhou força nos últimos anos, a busca por alimentos naturais, produzidos sem a interferência humana, que não sejam transgênicos e que estejam livres de agrotóxicos. Hoje o que se vê é uma maior procura por produção comunitária, orgânica, voltada para os pequenos produtores e as cadeias de distribuição que estão distantes dos grandes conglomerados alimentícios industriais. Isso tudo somado, inclusive, ao aumento do número de pessoas que se tornaram vegetarianas e veganas<sup>11</sup> nos últimos tempos: nos Estados Unidos o contingente cresceu 600% em apenas três anos<sup>12</sup>.

Curiosamente, o governo brasileiro está caminhando na contramão disso tudo. Recentemente, a bancada ruralista conseguiu aprovar, na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei 6299/02<sup>13</sup>, apelidado de PL do Veneno, que tem o objetivo de flexibilizar

---

<sup>11</sup> De acordo com a Sociedade Vegetariana Brasileira, o “vegetarianismo é o regime alimentar que exclui todos os tipos de carnes” (SVB, 2018, WEB), essa escolha pela forma de alimentação ainda inclui aqueles que utilizam ovos e leite (ovolactovegetarianismo), apenas leite (lactovegetarianismo), somente ovos (ovovegetarianismo) e aquele que é chamado de estrito: que não utiliza produtos de origem animal. Já o veganismo, de acordo com a página Seja Vegano (2018, WEB), é um termo criado pela *The Vegan Society*, (considerada a mais antiga entidade vegana do mundo) que define uma forma de viver totalmente sem o uso de produtos animais, tanto alimentícios, quanto de vestuário – como o couro, e também não utiliza produtos que tenham sido testados em animais.

<sup>12</sup> CRUZ, WEB, 2018. OBERST, 2018, WEB.

<sup>13</sup> PROJETO DE LEI Nº 6.299. 2002.

– ainda mais – o uso de agrotóxicos no país<sup>14</sup>. Além disso, foi proibida a venda direta de produtos orgânicos, o que deve ser feito somente em feiras livres ou em propriedades particulares<sup>15</sup>. Por interesses políticos e de grupos que possuem demandas nesse tipo de negócio, o Brasil vai contra o que o resto do mundo está pregando e buscando como novo padrão de vida, considerado mais saudável e sustentável.



Ao rever a linha do tempo da história da alimentação – de maneira bem resumida, percebe-se uma evolução que acompanhou o homem desde que esse racionalizou sua forma de viver e de se alimentar. Entre contextos históricos diferentes, a comida teve significados variados, que elevaram esse elemento de apenas uma necessidade biológica, a complexas tramas de significados.

Na atualidade, o que vemos é um cenário alimentar muito diverso que têm sido reformulado e ressignificado, principalmente pela circulação dos alimentos em outras instâncias que não somente a da alimentação propriamente dita. A partir deste ponto, apresentar-se-ão campos nos quais a comida transita e que estão para além dos pratos ou dos restaurantes e que foram considerados relevantes para serem expostos nesta pesquisa.

No próximo capítulo, será apresentada outra breve história, a da comunicação. Mas aquela que está sempre tangenciada pela comida, ou seja, como e quando a culinária e a alimentação passaram a fazer parte dos processos comunicativos: tanto os orais, quanto os que se apresentaram nos veículos e produtos feitos para a comunicação massiva.



---

<sup>14</sup> BETIM, 2018, WEB.

<sup>15</sup> CONGRESSO EM FOCO, 2018, WEB.



---

## ACOMPANHAMENTO

### 3 Dos pratos às mídias

---

*[...] a culinária é sempre produto de transações, e estas não se limitam aos espaços nacionais, mas fazem-se constante trocas com o que lhes é exterior. O propósito de explicar uma culinária nos obriga, portanto, a prestar atenção nesse incessante movimento de trocas.*

**Carlos Alberto Dória**



Como visto no Capítulo 2, a comida acompanhou e foi protagonista em várias das revoluções que existiram na história da humanidade. Assim como houve a evolução da comida, aconteceu também o desenvolvimento da maneira como essa chegava até à população; isso tudo cerceado pelas formas de comunicação que foram surgindo ao longo dos séculos.

Com a História da Comunicação não foi diferente. A comida esteve presente em todas as etapas consideradas significativas, migrando de uma forma de comunicar à outra, passando de um veículo para outro, e colaborando com a construção de uma identidade culinária que foi se estabelecendo ao longo do tempo.

Neste Capítulo será mostrada a História da Comunicação, com seus principais elementos e acontecimentos, com enfoque no Brasil, evidenciando a cultura alimentar que gerou processos de comunicação que serão verificados adiante.

### 3.1 Fazendo e falando de comida

Antes do desenvolvimento da fala e da escrita, os homens se comunicavam por outros meios, como os gestos, os grunhidos, tentavam se expressar por meio de desenhos – as pinturas rupestres que são encontradas até hoje nas cavernas de todo o mundo. Como afirmou Marques de Melo (1973, p. 14), partindo do conceito etimológico da palavra, “Comunicar significa, assim, tornar comum, estabelecer comunhão, participar da comunidade, através do intercâmbio de informações”, e esse partilhar, nos tempos antes da escrita, era feito de forma “primitiva” que, na verdade, entende-se – nesta pesquisa – como comunicação primeira: olhares, movimentos, o corpo etc.

Ainda, retomando as reflexões de Marques de Melo, existe um conceito biológico<sup>16</sup> relacionado à comunicação que busca exprimir ou transmitir o que se passa no sistema nervoso de um indivíduo, ou seja, esse sistema é muito mais complexo e acontece mesmo sem uma real intenção de externar o que se sente. Vide as reações a uma conversa desinteressante ou a algum comentário grosseiro vindo de um *chef* ou alguém de cargo superior, por exemplo. Involuntariamente as feições do rosto se alteram e é possível “ler” o que o outro está pensando. Um estudo sobre a comunicação não verbal que teve grande repercussão no Brasil foi o livro *O corpo fala*, de Pierre Weil e Roland

---

<sup>16</sup> Esse conceito trazido pelo autor remete à questão biológica em si, ao funcionamento do corpo.

Tompakow, lançado em 1973 e que já possui mais de 70 edições. Nele, um psicólogo e um comunicador exemplificam, por meio de ilustrações, as expressões corporais, além de relaciona-las aos símbolos que podem colaborar com sua leitura.

Mais uma das relações feitas por Marques de Melo cabe nesse ponto, definindo a comunicação por um viés pedagógico, evidenciando a transmissão da informação que tem o intuito de ensinar, aquela que é passada de mãe para bebê, por exemplo. Segundo o autor,

[...] a comunicação é uma atividade preponderantemente educativa, porque pressupõe o intercâmbio de experiências entre pessoas de gerações diferentes, ou de uma mesma geração, assegurando a renovação constante das experiências individuais que se transformam em patrimônio coletivo. (MELO, 1973, p. 16)

O que o autor chama de patrimônio coletivo pode-se chamar de cultura ou, no caso da comida, de cultura alimentar ou, ainda, cultura culinária. Sendo assim, no período onde a escrita não figurava como uma das formas de comunicação, temos os conceitos biológicos atuando para, por meio do conceito pedagógico, construir uma cultura, neste caso, alimentar.

Era por meio da imitação e, posteriormente, da oralidade, que a humanidade conseguiu propagar os conhecimentos que ia adquirindo durante a construção de sua história – os processos de cocção, quais alimentos usar ou não, de que forma um ingrediente deveria ser utilizado e quais as melhores combinações em relação ao gosto e a possibilidades de envenenamento e morte, entre outros. Tratava-se, mais ainda, de sobrevivência.

Muito do que se conhece dos períodos pré-escrita chegaram até os dias de hoje por meio dos mitos, dos contos, das histórias que eram contadas entre famílias, amigos, tribos, comunidades. Campbell e Moyers (1990) falam especificamente sobre mitos e lhes dão quatro funções bem delimitadas: mística (para explicar os mistérios do universo), cosmológica (ocupada pela ciência e suas experiências, mas sem deixar de lado o obscuro), sociológica (validam os costumes de diferentes lugares – é nesse quesito que os mitos mais possuem variação) e pedagógica (ensinam como viver a vida).

Para esta pesquisa, dois dos quesitos propostos pelos autores são importantes: sociológico e pedagógico. São eles que envolvem o mito e as histórias que foram transmitidas oralmente em todas as sociedades do mundo.

Entre os mitos existentes, estão os fundadores, aqueles que tentam explicar as origens do mundo e do próprio homem. Marilena Chauí (2001) indica dois caminhos para a explicação do mito fundador: ter um vínculo permanente com o passado, que resulta na justificativa para sua origem; ainda há a uma acepção psicanalítica, mostrando uma repetição do imaginário que foi criado. Nas palavras da autora: “Um mito fundador é aquele que não cessa de encontrar novos meios para exprimir-se (...), de tal modo que, quanto mais parece ser outra coisa, tanto mais é a repetição de si mesmo.” (CHAUÍ, 2001, p. 5). A escolha da autora pelo termo fundador é a mesma feita para esta pesquisa, pois ele expressa algo que está presente em um imaginário passado, do mesmo modo que se mantém de maneira duradoura – Chauí (2001, p. 5) completa que esse algo é “quase eterno) que traveja e sustenta o curso temporal e lhe dá sentido.”.

Ainda é possível entender que o mito fundador é como uma dessas estórias que “revelam que o mundo, o homem e a vida têm uma origem e uma história sobrenaturais, e que essa história é significativa, preciosa e exemplar.” (ELIADE, 1972, p. 18). Como exemplo, pode-se citar o Popol-Vuh (2018, WEB), um livro que conta várias lendas, entre elas o mito fundador que afirma que o homem foi criado pelos deuses maias a partir de espigas de milho.

Muitos dos estudos de Lévi-Strauss, entre eles a série *Mitológicas*, foram fundamentados em pesquisas relacionadas aos mitos de tribos indígenas – algumas brasileiras – que ajudaram o autor a entender a linguagem da comida e sua função dentro de um contexto social. O antropólogo afirma que

Ainda que a armação dos mitos, do ponto de vista lógico, seja sólida e rigorosa, revela-se flexível, transformável, criativa, capaz de suportar e permitir as mais diversas “construções”. As armações dos mitos, obras do engenho humano são, efetivamente, espertas. (LÉVI-STRAUSS, 2010, p. 12)

Sendo assim, por meio de sua interpretação antropológica de viés estrutural, o autor conseguiu chegar à maneira como essas estórias foram transmitidas oralmente, seu impacto na sociedade na qual foram criadas e difundidas durante séculos, além de mostrar de que forma esses mitos se traduziram e fazem parte da contemporaneidade, pois, “Sem que o tenhamos provocado, estabelece-se portanto um diálogo entre o passado e o presente, entre costumes exóticos e costumes próximos.” (LÉVI-STRAUSS, 2010, p. 455). Nos seus dois livros – *O cru e o cozido* e *A origem dos modos à mesa* – o

pesquisador fez essa correspondência entre o que encontrou nos mitos indígenas o que perdurou e foi comunicado às seguintes gerações.

Marques de Melo também apresenta a versão antropológica da comunicação, pontuando que, sob esse olhar, ela atua como veículo de aquisição e como instrumento formador da cultura, ou seja, não é possível existir cultura sem haver comunicação, realmente ela é o elo entre todos os aspectos fundamentais para a sociedade. O jornalista se volta para a Antropologia Cultural, afirmando que nesses estudos, a comunicação é vista como um “[...] formador de bagagem cultural de cada indivíduo na sociedade.” (MELO, 1973, p. 23).

E a oralidade teve um papel importantíssimo como a responsável por grande parte da transmissão dessas informações durante muito tempo – desde o surgimento do homem até o advento da escrita, mas essa delimitação de espaço temporal não coloca a oralidade numa caixa, já que, no Brasil ainda existem 11,5 milhões<sup>17</sup> de pessoas que não sabem ler ou escrever<sup>18</sup>. Sendo assim, a oralidade é a forma de comunicação existente de todas as pessoas – sejam elas letradas ou não, e isso se reflete na culinária: mesmo com as receitas sendo registradas depois da escrita, com a era da internet e do *Google*, as formas de transmissão de receitas se dá muito pela oralidade, pela imitação, principalmente quando acontece nas famílias, quando as pessoas se juntam para fazer comida, quando quem está ensinando diz que faz tudo “de olho”.

Estar na cozinha com a mãe, a avó, algum parente próximo, fez e faz com que muitas crianças e adultos tomassem o gosto pelo cozinhar, por criar pratos e fazer parte da confecção da culinária familiar. Existem muitas receitas que não estão anotadas, não fazem parte de livros ou cadernos, elas estão somente na história de determinada família, fazem parte de um ritual de compartilhamento de momentos determinados – como uma comemoração, um evento, uma doença. Tais receitas foram comunicadas oralmente e assim continuam sendo passadas de avó / avô para neto ou neta, de mãe / pai para filho ou filha. Esse jeitinho de ensinar mostra a comunicação nos conceitos sociológico e pedagógicos que, antes da escrita, se deram por meio de imitação e, principalmente, pela oralidade.

Mas essas formas comunicativas não param por aí e a religião é um dos setores da sociedade que demonstra outros processos de comunicar por meio da comida.

---

<sup>17</sup> BOAS, 2017, WEB.

<sup>18</sup> AGÊNCIA IBGE, 2018, WEB.

### 3.2 Aspectos alimentares na religião

A comida tem uma relação estreita com a religião, pois muito do seu simbolismo é concretizado de maneira palpável nos elementos que são representativos para cada crença e que estão presentes no cotidiano das mais diversas comunidades religiosas.

O catolicismo<sup>19</sup>, que tem como base religiosa o cristianismo e Jesus como aquele que foi enviado por Deus para salvar a humanidade de seus pecados, apresenta uma relação muito forte com a comida, já que um dos momentos mais emblemáticos relatados na Bíblia Sagrada é a Santa Ceia de Jesus com seus doze apóstolos. De acordo com a escritura, em um dos seus últimos momentos na Terra, Jesus está à mesa quando dá as derradeiras indicações para aqueles que deveriam continuar a levar seus ensinamentos ao povo, além de verbalizar a traição de Judas.

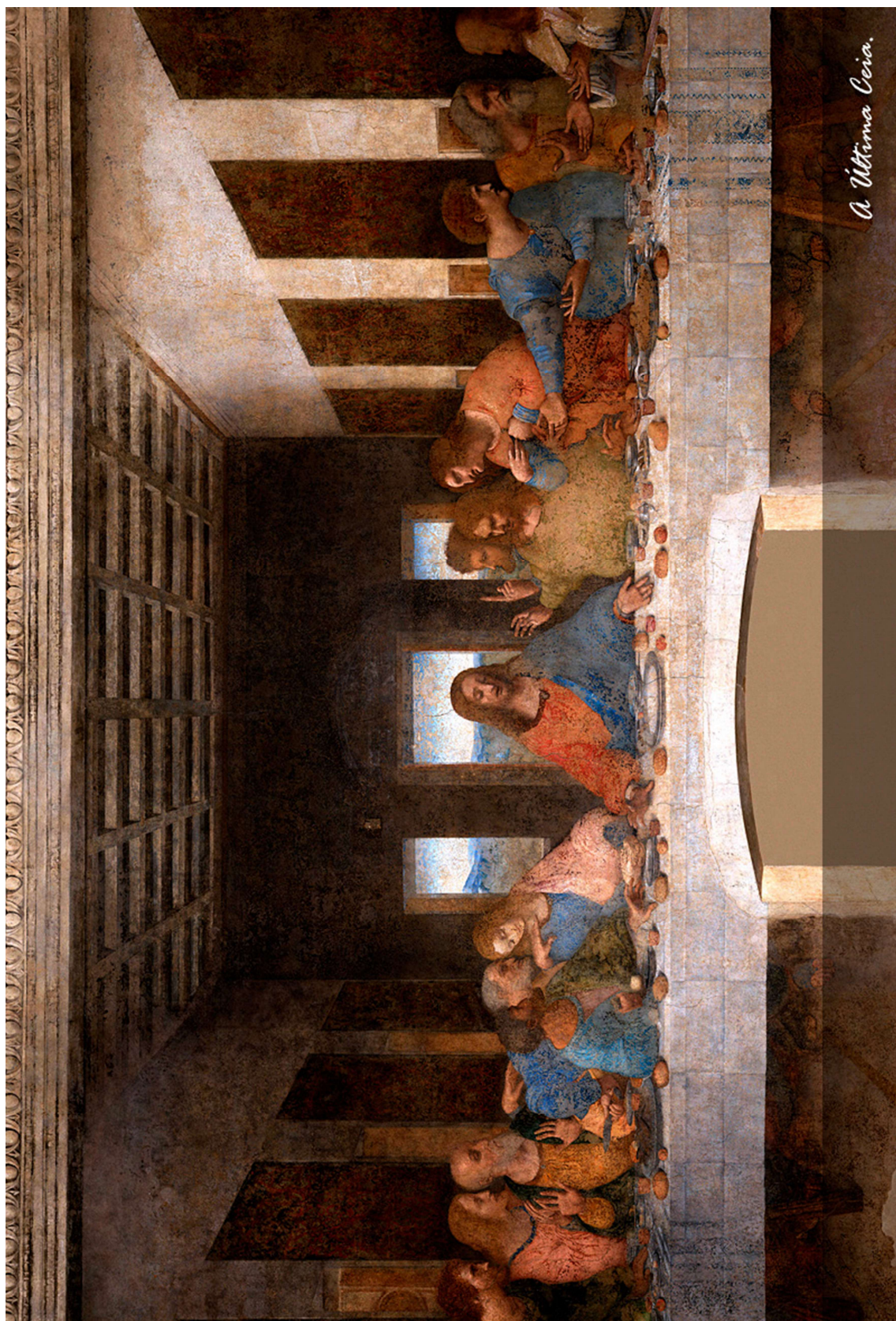
O fato foi imortalizado no afresco feito por Leonardo Da Vinci. A obra foi pintada entre os anos de 1495 e 1498, com técnica da têmpera e óleo sobre duas camadas de gesso aplicadas em estuque. Possui tamanho de 460cm X 880cm e está exposta no refeitório da igreja – que anteriormente era um convento, de Santa Maria delle Grazie, em Milão, na Itália. A imagem do pintor renascentista passou a ser utilizada e reproduzida pela Igreja Católica como uma representação do que teria acontecido no encontro entre Jesus e seus apóstolos.

O ritual exposto na Bíblia e retratado por Da Vinci (Figura 5) é repetido até os dias de hoje em uma tradição milenar na celebração da missa, com o momento da transformação do Pão em Corpo e do Vinho em Sangue de Cristo, ato chamado de transubstanciação, realizado na Consagração. Esse ato é o ponto máximo da fé católica e é o momento mais esperado de toda celebração para essa religião, pois mostra que o Filho de Deus está no meio dos fiéis.

---

<sup>19</sup> Considerada uma das mais representativas religiões do mundo, corresponde à fé de 17,8% da população mundial (passou de 1,11 bilhão em 2005 para 1,27 bilhão de pessoas em 2014), segundo dados do Escritório Central de Estatística do Vaticano (CHADE, 2016, WEB). No Brasil, representa 63,6% de acordo com o Censo 2010 do IBGE.

Figura 5. Quadro “Última ceia” (1495 e 1498)



Fonte: LEONARDO DA VINCI, 2017, WEB.

Ao declinar da tarde, pôs-se Jesus à mesa com seus doze discípulos. (...) Durante a refeição, Jesus tomou o pão, benzeu-o, partiu-o e o deu aos seus discípulos, dizendo: “Tomai e comei, isto é o meu corpo”. Tomou depois o cálice, rendeu graças e deu-lho, dizendo: “Bebei dele todos, porque isto é meu sangue, o sangue da Nova Aliança derramado por muitos homens em remissão dos pecados. Digo-vos: doravante não beberei mais desse fruto da vinha até o dia em que eu o beberei de novo convosco no Reino de meu Pai”. (BÍBLIA SAGRADA – Mateus, 26: 20-29, 2014, p. 1327)

Essa passagem é tão significativa que os católicos acreditam que, ao “Comungar”, estão ingerindo o “Corpo” de Cristo, considerado alimento para o corpo e para a alma, além de manter viva a fé dos devotos. A ressignificação aqui da hóstia em um pedaço do Corpo de Cristo é o maior milagre e é realizado a cada celebração católica.

Ainda em relação à milagres, um dos mais significativos é o milagre de Lanciano, um dos que figuram como representativos no que diz respeito ao Corpo e ao Sangue de Cristo. A história conta que, no século VIII, na cidade de Lanciano, um padre celebrava a missa, mas duvidava da presença de Cristo após a Consagração da Hóstia – como é chamada a mistura de farinha e água, e do vinho, naquele momento, os elementos se transformaram em carne e sangue, respectivamente. Desde então, a relíquia passou a ser uma comprovação das palavras de Jesus<sup>20</sup>. O que se nota é que o ato de Comungar o “corpo e o sangue” de Cristo estabelece uma conexão e, até mesmo, uma manutenção da fé de quem participa dessa religião, mostrando que o comer é uma forma de interação e de comunicação com o próprio Deus.

Outra religião que mostra um estreito vínculo com a questão da comida é o Candomblé, que tem as preparações e os alimentos oferecidos aos Orixás, além disso, a ingestão dos alimentos estabelece e reitera um nível hierárquico importante. Esse fato é corroborado por Maffesoli. O autor afirma que “Durante a refeição, as toalhas, os talheres, o lugar dos convidados, os ritos à mesa, as conversas e os serviços criam, ao mesmo tempo, proximidade e distância: senta-se junto, mas de um modo que fortalece a diferença e a hierarquia.” (MAFFESOLI, 2002, p. 132).

Esses modos à mesa podem ser vistos no conto mostrado a seguir, chamado *Exu come antes dos demais na festa de Iemanjá*. Ele narra o aniversário de Iemanjá para o qual todos os Orixás foram convidados. De uma maneira didática, esse registro traz a importância da hierarquia entre as Divindades apresentadas, assim como o respeito e o valor das palavras que são proferidas.

---

<sup>20</sup> AQUINO, 2017, WEB.

O aniversário de Iemanjá se aproximava.  
 Todos os orixás preparavam seus presentes.  
 Mas Xangô, que era desorganizado,  
 nada preparou, nada comprou.  
 Exu, porém, que era um pobre servente,  
 preparou uma plantação de inhames para Iemanjá.  
 Sabia que ela adorava inhame  
 e este era o único presente que ele poderia lhe oferecer.  
 No dia do aniversário,  
 Exu colheu todos os inhames que havia plantado  
 e os colocou para secar ao sol.  
 Xangô, que nada havia preparado nem comprado,  
 passou e viu os inhames plantados por Exu.  
 Xangô sentiu inveja.  
 Sabia que Iemanjá gostava muito de inhame.  
 Xangô, então, pediu os inhames para dar a Iemanjá.  
 Mas Exu se negou a dá-los.  
 Xangô insistiu muito, muito.  
 Exu concordou, desde que Xangô o deixasse  
 sentar primeiro à mesa na festa de Iemanjá.  
 Xangô aceitou e carregou os inhames para levá-los a Iemanjá.  
 Iemanjá recebeu radiante os inhames de Xangô  
 e disse-lhe que aquele era o melhor de todos os presentes.  
 Quando todos os convidados importantes chegaram para a festa,  
 Exu entrou e sem cerimônia sentou-se à mesa.  
 Mas Iemanjá veio, junto de Orixalá,  
 e mandou que Exu se retirasse.  
 Aquela não era hora de ele comer, nem era lugar para ele.  
 Exu se recusou a sair, mesmo diante das súplicas de Iemanjá.  
 Exu disse a ela que não sairia,  
 porque Xangô havia dito que ele comeria primeiro.  
 Então, Iemanjá mandou chamar Xangô.  
 E Xangô também insistiu para que ele saísse,  
 pois pensava que o trato que fizeram  
 não tivesse sido levado a sério.  
 Mas Exu disse que um rei não volta atrás em sua palavra.  
 Então Iemanjá permitiu que ele ficasse  
 E comesse antes dos outros. (PRANDI, 2001, p. 59-60)

Além da importância da hierarquia, o processo que envolve a preparação da comida tem passos muito bem definidos e que são seguidos com muito respeito por todos os envolvidos. De acordo com a Federação de Umbanda e Candomblé do Estado de São Paulo (FUCESP, 2013, WEB), as comidas são elaboradas com dois propósitos: para as cerimônias dos cultos e para aqueles que estão participando como público assistente. As regras para quem cozinha são mais rígidas: não é permitida a permanência de mulheres menstruadas e é necessário o uso de trajes apropriados, por exemplo. Os utensílios são minuciosamente escolhidos: as panelas são de barro, as colheres de madeira, o fogo deve ser de carvão e lenha “para dar melhor sabor à comida” (FUCESP, 2013, WEB). Existe,

ainda, uma forma diferenciada de abanar o fogo e mexer as panelas. Ao final da preparação, é preciso entrar em contato com o orixá que irá receber a comida, por meio dos búzios, para saber se ela foi aceita. Em caso de negativa, a comida é distribuída ao público e começa-se uma nova preparação.

Outro fator significativo é que cada Orixá demanda uma comida, como a canjica para Oxalá, amalá de Ogum (feito de feijão-fradinho, camarão, azeite de dendê) e de Xangô (com ingredientes como rabo ou peito – carne fresca, quiabo, azeite de dendê, camarão), o acarajé para Iansã.

Já no livro *Contos e lendas afro-brasileiros: a criação do mundo* (2007) está a estória *Chega de comida crua*, que conta a fábula de um feiticeiro que aprendeu muitos segredos dos Orixás com Exu, no entanto, as entidades descobriram o vazamento de informações confidenciais e exigiram uma retratação do feiticeiro. A compensação pela insolência seria fazer uma grande festa, com alguma novidade que agradasse aos Orixás. Naquela época, tudo era comido cru, foi então que o feiticeiro buscou imitar Xangô e fazer um fogo para preparar o banquete. No relato lê-se que

Na mesa posta para os orixás, podia escolher entre feijoada, caruru, vatapá, efó, tudo servido em travessas fundas de barro. Também havia tabuleiros repletos de acarajés, açaças, bolas de inhame e abarás; gamelas de amalá; tigelas de canjica com mel e de milho cozido em fatias de coco, feijão-fradinho com camarão seco e rodela de ovos cozidos. (PRANDI, 2007, p. 69)<sup>21</sup>

O conto ainda diz que a comida oferecida aos orixás era muito diferente daquela servida nos navios negreiros. Ao finalizar a estória, vê-se que os Orixás ficaram satisfeitos com a comida que lhes foi preparada e que eles “[...] permitiram que todos os humanos também comessem dela. Mais do que nunca, a comida consolidou os vínculos entre humanos e as divindades. E assim deveria ser para sempre.” (PRANDI, 2007, p. 71). Esse mito ensina sobre a religião, sobre o nascimento do fogo, sobre a época da escravidão e sobre a importância da comida, que deve atuar como um elo.

A dinâmica que existe no candomblé e que envolve a preparação, aceitação e distribuição da comida revela como “A relação de sociabilidade entre os devotos e suas divindades se estende a toda à comunidade do entorno do terreiro e aos visitantes, através dos rituais públicos, as festas.” (AGUIAR, 2012, p. 170), o que destaca a importância do

---

<sup>21</sup> O conto está disponível na íntegra no Capítulo 8 (Delivery – Anexos), Anexo 1, desta tese.

“[...] momento em que a relação mediada pela comida assume um significado mais amplo, promovendo a socialização entre os iniciados, a comunidade e os orixás.” (AGUIAR, 2012, p. 170).

A comida, neste caso, representa a sociabilidade, o “comungar”, estar junto, tanto com os irmãos, quanto com o(s) deus(es) nos quais se acredita e confia. Como destaque dessa mediação culinária, Janaina Aguiar afirma que

Em torno da comida, os rituais internos acontecem. Em meio a segredos, ritos bastante elaborados fazem parte deste momento em que a comunicação é construída entre o devoto e o orixá, ou entre a comunidade religiosa do terreiro e suas divindades protetoras. E em algumas situações, estes rituais se desdobram em momentos em que ocorre a socialização através da comida. (AGUIAR, 2012, p. 170)

A socialização proporcionada pela comida não é um ato restrito às religiões, na verdade é um fator cultural de extrema relevância para os povos em diversas épocas da história. Assim como Jesus fez na última ceia, o ato de estar junto e compartilhar da refeição, significa não somente a socialização, mas a solidariedade – como dividir o pão, e a reafirmação de vínculos (CAVICCHIOLI, 2007). Tal significado também pode ser visto no que é considerado o primeiro milagre realizado por Jesus contado no Evangelho de João (2:1-11), quando Maria, mãe de Jesus, pede para que o filho ajude os anfitriões, pois o vinho da festa de casamento tinha acabado.

A comida sempre foi sinônimo de celebração e uma maneira de se aproximar dos deuses, como pode ser visto nas duas religiões, por isso, “[...] assim como as divindades se reuniam em banquetes, os banquetes humanos representariam a reprodução, na sociedade humana, da sociedade divina” (CAVICCHIOLI, 2007, p. 51)

Ao mostrar a comida nessas duas religiões – Catolicismo e o Candomblé, apenas, pode-se perceber a simbologia da comida e de que maneira ela consegue aglutinar muito mais do que sabores, mas também a forte representatividade no que se refere aos modos, à hierarquia e, até mesmo, na reprodução dos rituais perpetuados por essas duas crenças até os dias atuais.

### 3.3 Anote os ingredientes!

Com o surgimento da escrita, a comida adentrou em um novo universo e surgiram os cadernos de receitas. Como visto no Capítulo anterior, o *Deipnosophistae* é considerado o primeiro registro culinário do mundo, escrito no ano de 228 a.C. O documento não tratava somente de receitas, falava de gastronomia, de costumes da elite da Grécia, da etiqueta adotada na época dos modos à mesa praticada pelos comensais.

Nesse período, as receitas eram escritas de próprio punho, com o modo de fazer dos pratos, com os ingredientes a serem usados, as quantidades, enfim, todo o ritual do cozinhar foi colocado no papel para ser perpetuado para além da memória daqueles que detinham esse conhecimento.

A relevância dos cadernos de receitas é reiterada por Solange Demeterco, já que essa remete à ideia de sociabilidade de um grupo ou uma comunidade:

A troca de receitas reveste-se de um caráter simbólico, importante para se procurar entender a forma como é percebido um alimento por um grupo social, o que, em última instância, acabará por refletir seus hábitos alimentares. Daí a importância que passa a ter uma receita devidamente “testada e aprovada”, transmitida ao longo de gerações de uma família.” (DEMETERCO, 1998, 107).

Sendo assim, é possível perceber o significado existente nas receitas que foram escritas nos cadernos: elas possuíam uma função de registro, mas, sobretudo, de um ato simbólico que mostrava mais do que um modo de fazer, mostrava, em suas entrelinhas, de quem se tratava aquele grupo, como via a comida, de que maneira a manuseava, o que era bom o ruim para a família.

Constantemente relacionados à memória, os cadernos de receitas são muito mais do que um raio X culinário da família, eles trazem a lembrança de pessoas queridas e dos momentos que foram passados com elas dentro da cozinha, ao preparar determinado prato. Ou seja, não são apenas guias para cozinhar, eles transformaram-se “[...] em documentos e fontes para a história cotidiana da família, na medida em que podem transmitir um comportamento alimentar, sob forte influência do grupo doméstico nesse processo.” (DEMETERCO, 1998, 107).

Figura 6. Caderno de receitas



Fonte: Acervo pessoal, 2018.

Figura 7. Receita de Torta de Coco

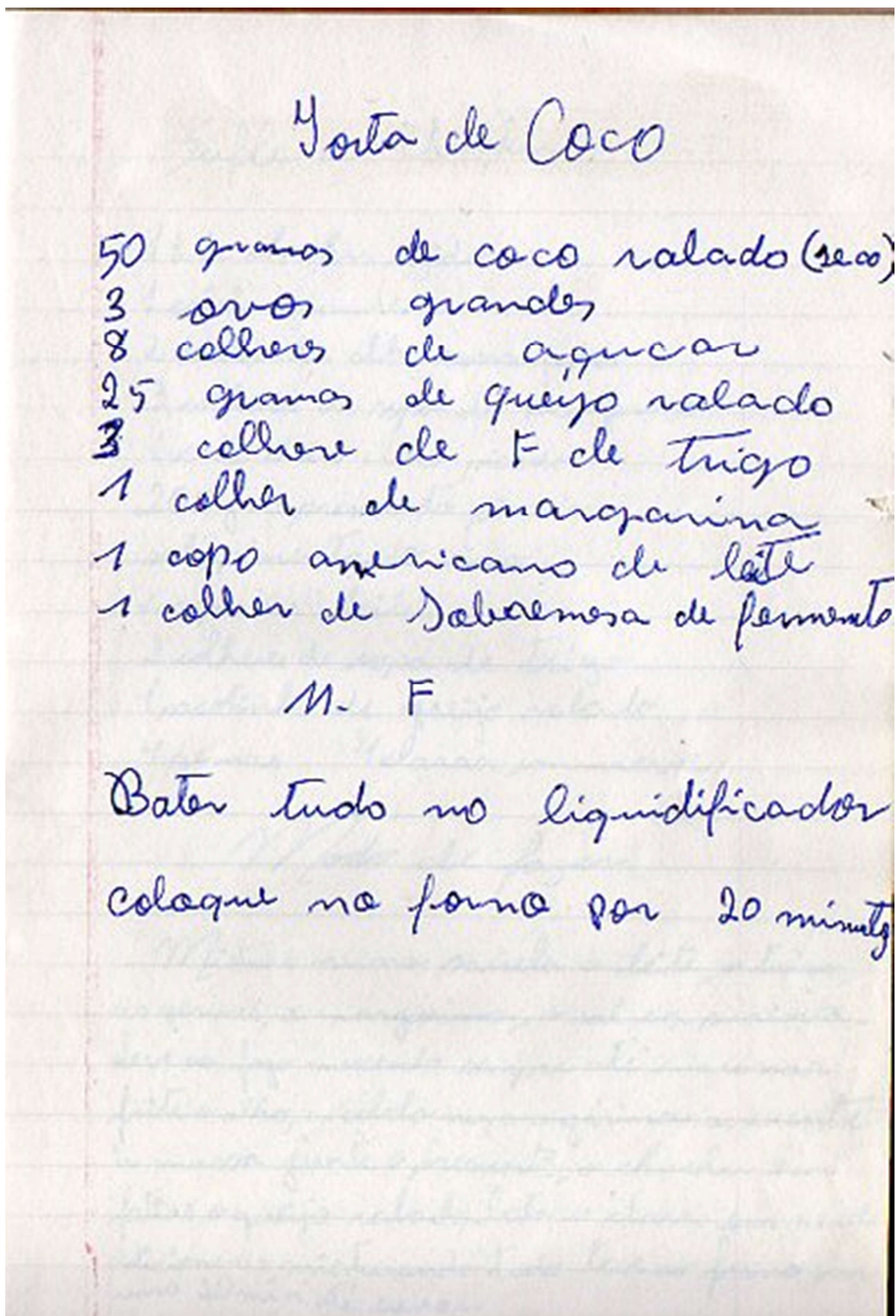
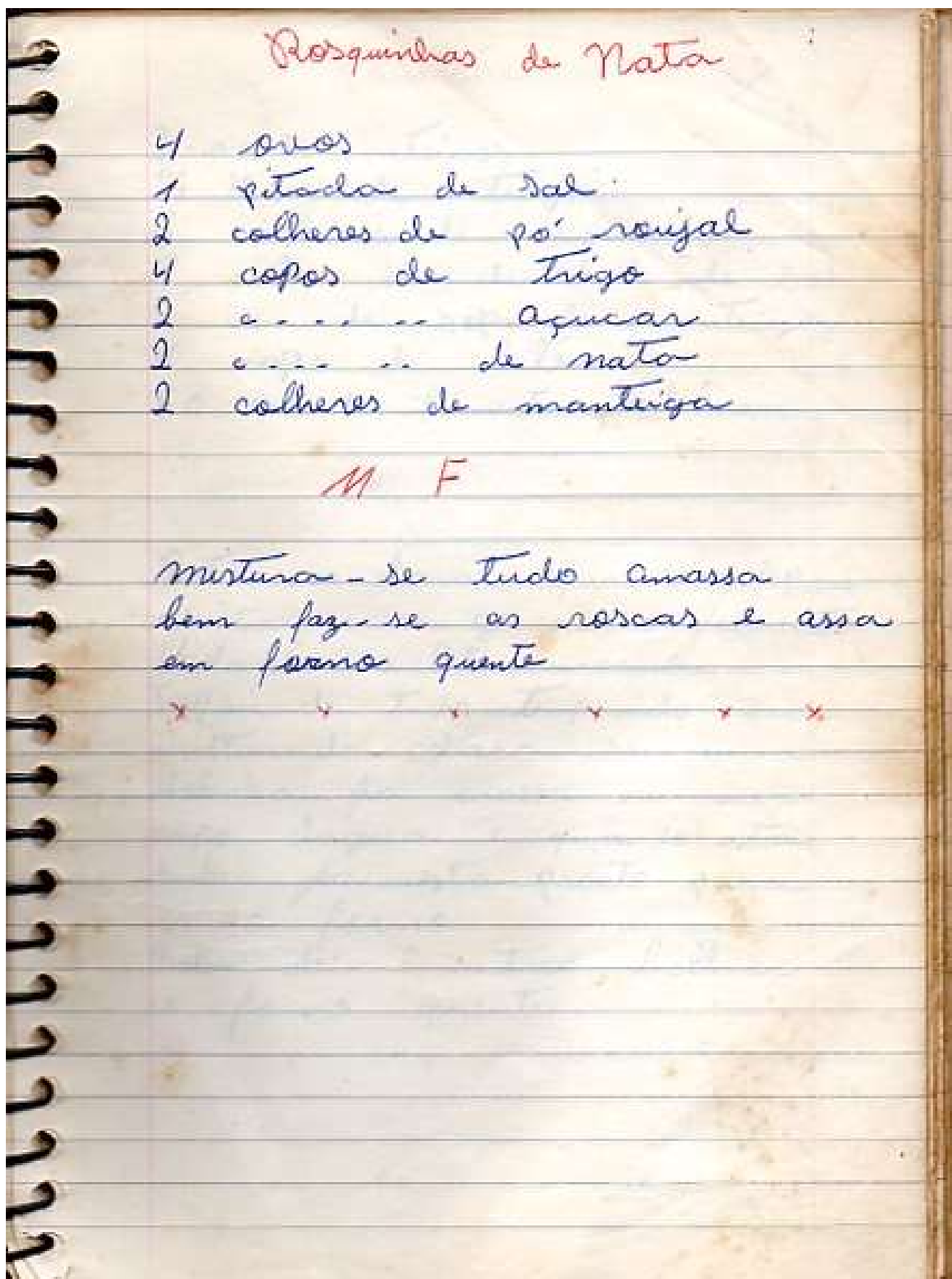


Figura 8. Receita de Rosquinhas de Nata



Em um estudo feito pela psicóloga Denise Amon (2014, p. 217), a autora apresenta a comida narrativa e que ela possui dois tipos de história: as cotidianas e as históricas, que apresentam aspectos simbólicos, mostram como a comida pode ser uma forma de comunicação, e que trata-se de um aspecto tão complexo que envolvem questões “[...] biológicas, psicológicas, ambientais, tecnológicas, políticas e econômicas.” . A pesquisadora finaliza afirmando que “[...] a comida é um modo de conhecimento social. Comer é conhecer e produzir conhecimento comum, que se constitui como memória social quando narrado. A comida narrativa é memória social.” (AMON, 2014, p. 217-218). Entende-se que a comida, quando escrita, conta a história de uma família, um grupo, um povo e é essa narrativa – que pode ser oral ou escrita, que leva à criação e à transformação dos hábitos alimentares.

A psicologia também foi abordada por Marques de Melo quando analisou os conceitos científicos da comunicação. E foi justamente à ideia de transformação que o autor chegou quando aliou esses dois universos: é um processo de transmissão de informação para transformar o indivíduo (MELO, 1973, p. 24). Esse caminho pode ser observado na culinária, visto que as mudanças que ocorreram foram resultado de diversos fatores, entre eles a adaptação que as famílias foram fazendo ao longo de sua existência.

### **3.4 Lendo a comida**

Com o tempo, as receitas chegaram aos livros, uma forma de disseminar ainda mais essas narrativas que foram criadas no seio de cada família. A literatura oferece uma enorme diversidade de obras relacionadas ao tema. Além dos livros especializados em gastronomia e em história da comida, como as pesquisas de Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (2015) em *História da Alimentação* e Câmara Cascudo em *História da Alimentação no Brasil* (2011), existem inúmeros livros que contam a história e ainda reproduzem algumas receitas, como *A Pátria nas Panelas*, de Pedro Cavalcanti (2007).

No Brasil, o pesquisador Hector Herman Bruit (2013) fez apontamentos sobre os livros de receitas que são referência e que ajudaram a contar a História da Alimentação no país, entre eles estão: *O cozinheiro imperial*, publicado em 1840, e *O cozinheiro nacional*, do século XIX.

Há ainda os livros não acadêmicos, como os infantis que tem como representante a construção de Monteiro Lobato do Sítio do Picapau Amarelo (publicado entre os anos

de 1920 e 1947), nos quais o autor cria um universo fantástico que tem em seu enredo a cozinheira Tia Anastácia e também os quitutes de Dona Benta. Com forte viés nacionalista, Lobato tentou levar sua cultura caipira para os livros e para seus personagens. Em sua obra a comida criou vida no personagem Visconde de Sabugosa, um sabugo de milho muito esperto que adquiriu todo o seu conhecimento na biblioteca de Dona Benta, que ficava no sítio onde morava.

Um dos gêneros muito ricos que traz elementos alimentares de grande relevância são os contos de fadas. Basicamente, toda história possui uma representação muito bem colocada que, em forma de metáfora, faz alusão a algum tipo de comida. Crumpacker faz uma análise de várias histórias dos contos de fadas e afirma que todos eles são “recheados de comida” (CRUMPACKER, 2009, p. 127). O autor mostra que as histórias – desde as mais antigas às mais atuais – trazem ingredientes culinários que possuem objetivos bem definidos na história, alguns até mesmo assumem um papel, assim como os outros personagens com os quais divide a cena. Um exemplo significativo é a maçã da história da Branca de Neve que, para o autor, trata-se do “[...] símbolo da linha divisória que separa o conhecimento da inocência, a sexualidade da infância.” (CRUMPACKER, 2009, p. 137), tal qual no conto, onde a protagonista conhece a maldade ao morder a maçã.

Sendo assim, Crumpacker reitera que

João e Maria, Chapeuzinho Vermelho, João e o Pé de Feijão, Branca de Neve – e a trilha de migalhas de pão na floresta, a casa feita de pão-de-ló, a cestinha de doces para a vovó, o lobo faminto, a cozinha do ogro gigante e o forno de sua esposa, a maçã fatal –, todas essas histórias utilizam a comida como uma linguagem secreta, para sussurrar coisas assustadoras e importantes aos ouvidos das crianças, preenchendo-lhes as almas de tal modo que ninguém muito grande saiba que elas estão lá. Sua linguagem, como qualquer outro idioma, pode ser traduzida. Seu vocabulário é um verdadeiro guia turístico do inconsciente. (CRUMPACKER, 2009, p. 131)

A linguagem apontada pelo autor pode ser literal, em metáfora, a escolha do estilo está ligada à personalidade do escritor, mas, o que é digno de nota é que a comida é sempre tema de obras ao longo da História. Alguns exemplos foram mapeados em uma pesquisa feita por Silva, Chaves e Lima. O estudo (Quadro 2), publicado em 2016, revelou algumas das obras literárias que possuem indícios alimentares e culinários.

Quadro 2. Produção da geoculinária literária

<i>Mancha culinária</i>	<i>Título/autor</i>	<i>Origem do autor</i>	<i>Ano de produção</i>
1	<i>Vidas Secas, Graciliano Ramos</i>	<i>Quebrângulo, AL</i>	1938
<i>Meridional</i>			
2	<i>A bagaceira, José Américo de Almeida</i>	<i>Areia, PB</i>	1928
3	<i>Menino de engenho, José Lins do Rêgo</i>	<i>Pilar, PB</i>	1932
4	<i>O clube dos anjos - Gula, Luis Fernando Verissimo</i>	<i>Porto Alegre, RS</i>	1998
5	<i>A mesa voadora, Luis Fernando Verissimo</i>	<i>Porto Alegre, RS</i>	1982
6	<i>Poesia completa (Pequena história natural - De urubu, Se achante, De calças curtas), Manoel de Barros</i>	<i>Cuiabá, MT</i>	~ 1985-2004
7	<i>Por que sou gorda, mamãe?, Cintia Moscovich</i>	<i>Porto Alegre, RS</i>	2006
8	<i>Vinde a mim as palavrinhas, Nicolas Behr</i>	<i>Brasília, DF</i>	1979
9	<i>O continente, Érico Verissimo</i>	<i>Cruz Alta, RS</i>	1949
10	<i>O retrato, Érico Verissimo</i>	<i>Cruz Alta, RS</i>	1951
11	<i>O arquipélago, Érico Verissimo</i>	<i>Cruz Alta, RS</i>	1961
12	<i>Tesouro da casa velha (As cocadas), Cora Coralina</i>	<i>Goiás, GO</i>	1966
13	<i>Poema dos Becos de Goiás e Estórias Mais (O poema do milho), Cora Coralina</i>	<i>Goiás, GO</i>	1965
1	<i>História do futuro, Padre Antônio Vieira</i>	<i>Lisboa, PT</i>	1718
<i>Recôncavo</i>			
2	<i>Obra poética, Gregório de Matos</i>	<i>Salvador, BA</i>	~1636-1696
3	<i>O rei da noite (A qualidade de vida ataca novamente), João Ubaldo Ribeiro</i>	<i>Itaparica, BA</i>	2008
1	<i>Poeta de água doce, Eliakin Rufino</i>	<i>Boa vista, RR</i>	1993
<i>Amazônica</i>			
2	<i>Romanceiro, Elson Farias</i>	<i>Itacoatiara, AM</i>	1985
3	<i>Sol de feira, Luiz Bacellar</i>	<i>Manaus, AM</i>	1973
1	<i>O Auto da Compadecida, Ariano Suassuna</i>	<i>João Pessoa, PB</i>	1955
<i>Costa</i>			

Fonte: SILVA; CHAVES; LIMA, 2016, p. 217-220.

Essa é somente uma parte da pesquisa, o que significa que existem muitas obras que envolvem a alimentação na literatura brasileira. De acordo com os autores, somente para a pesquisa em questão, foram listados 30 autores e um mapeamento com um total de 50 obras que respondem ao escopo proposto, dentre eles: “poesias romances, contos, crônicas, memoriais, dramas e profecias.” (SILVA; CHAVES; LIMA, 2016, p. 220).

Em uma análise de algumas poesias (Quadro 3), pôde-se verificar que a comida tem um papel, em sua maioria, lírico, usada em metáforas para mostrar sentimentos.

**Quadro 3.** Comida em poesias

<b>Título<sup>22</sup></b>	<b>Autor</b>	<b>Tipo</b>	<b>Análise</b>
Análise sensorial	Regine Limaverde	Lírico	Uso do doce e do salgado que remetem ao “gosto” do ser a quem se dirige o poema
Bananas podres	Ferreira Gullar	Lírico	A banana podre é associada à morte e ao cronograma que leva ao final fatídico de todo ser humano
Comidas típicas do Nordeste		Narrativo	Lista vários pratos da culinária nordestina mostrando, também, sua importância no contexto social do lugar
Feijoada à minha moda	Vinícius de Moraes	Narrativo	Uma receita de feijoada em forma de poema e carta do autor para uma amiga
Ode a cebola	Pablo Neruda	Lírico	Dá à cebola características humanas e místicas, além de trazer outros elementos como o tomate
Poema culinário	Drummond de Andrade	Narrativo	Receita de croquete de galinha

Fonte: Da autora, 2018.

Em meio às letras e estruturas da literatura, encontra-se uma grande miscelânea de alimentos, culinária, técnicas, ou seja, a comida está presente nas linhas – e nas entrelinhas – das histórias que, de uma forma ou de outra, ajudam a contar a História da humanidade.

<sup>22</sup> Os poemas estão disponíveis no Capítulo 8 (Delivery – Anexos), Anexo 2, desta tese.

### 3.5 Comida na imprensa

O jornal impresso tem como pioneiro (até o século XVII) o *Acta* romano, utilizado pelo governo para informar a população sobre suas decisões, mas o jornal vai se aproximar do que se conhece hoje somente a partir do século XVII, atingindo sua maturidade no século XIX (SOUZA, 2008).

E foi por volta da metade daquele século que surgiram as primeiras revistas ilustradas, material que interessa para esta pesquisa, pois foram nelas que começaram a surgir a culinária na imprensa, já que as publicações eram voltadas para as mulheres. Um dos primeiros exemplares dessas publicações nos Estados Unidos foi a *Goodey's Lady's Book*, cuja capa pode ser vista na Figura 9.

A revista era voltada para aquelas que cuidavam do lar e que precisavam aprender as regras de etiqueta, os modos à mesa e receitas, além disso, trazia artigos sobre outros assuntos relacionados à vida de uma dona de casa, educação dos filhos e moda. A culinária estava presente, a Figura 10 mostra uma sugestão de como colocar a mesa, ainda no ano de 1859.

Já no Brasil, uma das primeiras revistas que aparecem é a *Brasil-Portugal*, uma publicação impressa em Portugal, mas que era feita com produção da metrópole e da colônia. A inclinação da publicação mostra uma preocupação com a relação entre os dois países, questões comerciais, evidenciando a erudição e a elite que já se formava no início do século XIX, mais precisamente, no ano de 1899, quando foi publicado o primeiro volume. E, já nessa primeira edição, de 1 de fevereiro, aparece a culinária em forma de receita (Figura 11).

Figura 9. Capa da *Godey's Lady's Book*

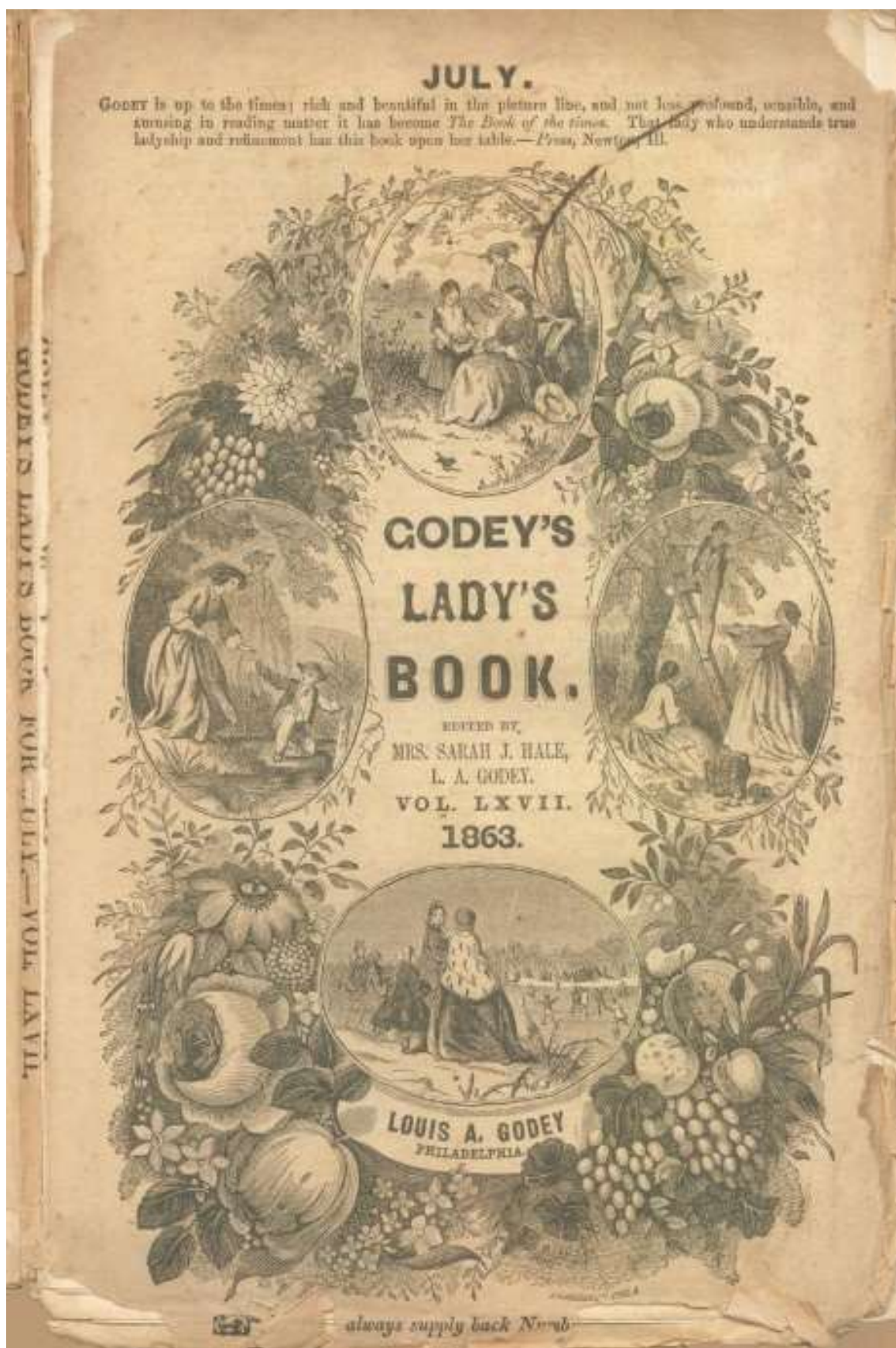
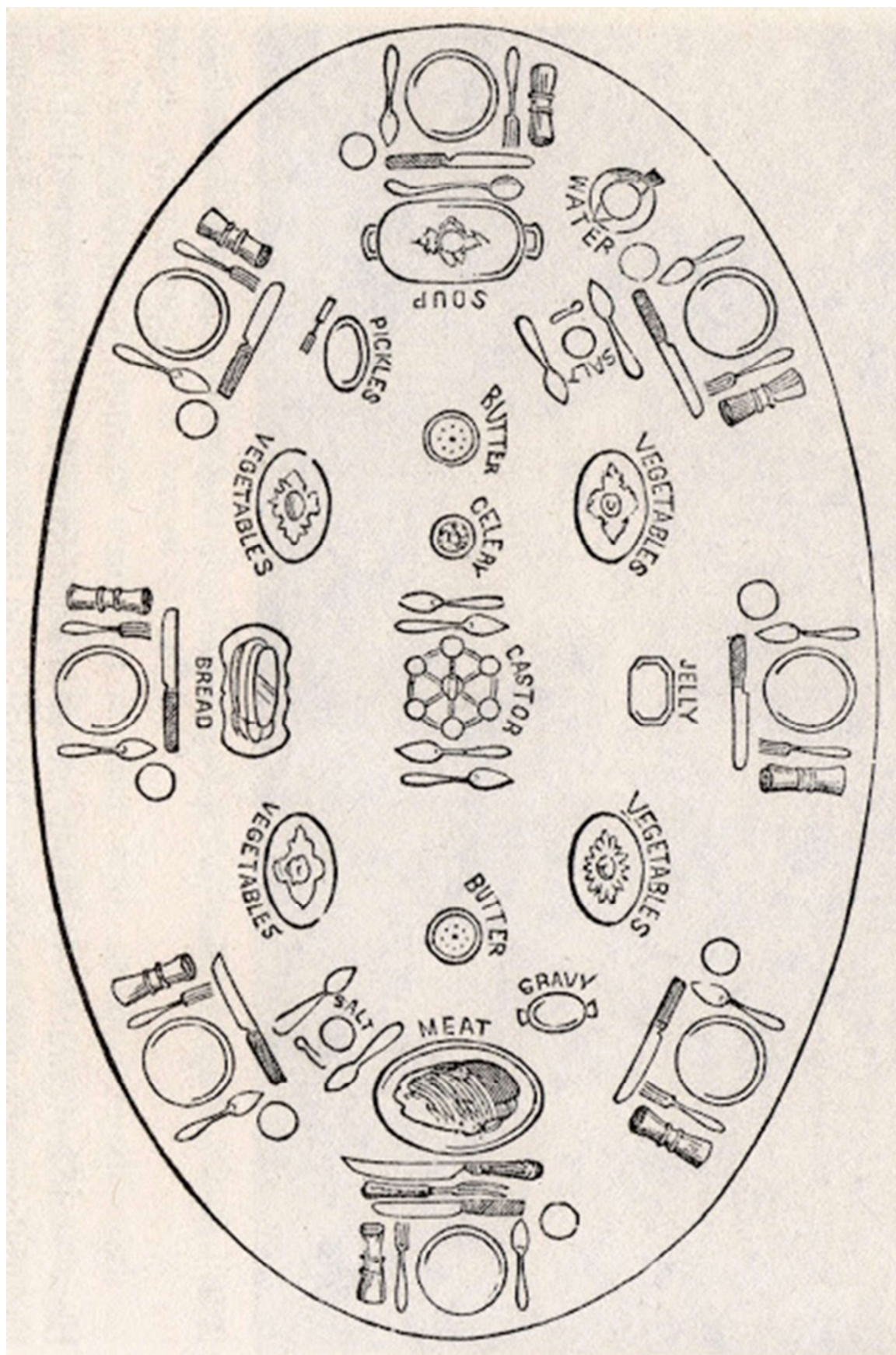
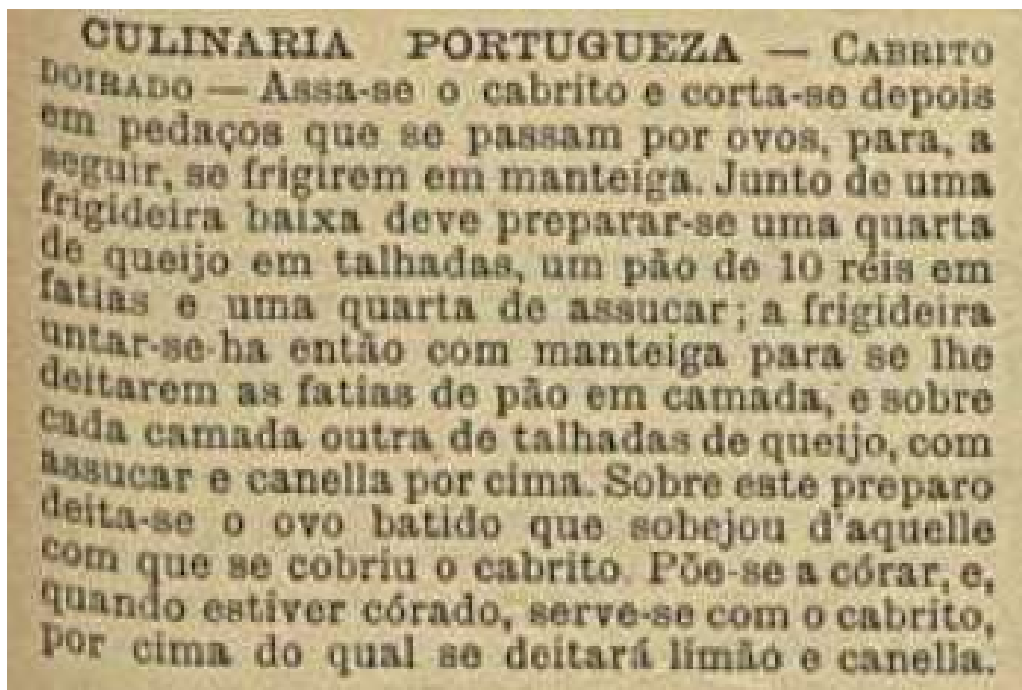


Figura 10. Sugestão de composição de mesa



Fonte: CONWAY, 2013, WEB.

**Figura 11.** Receita da culinária portuguesa na Revista Brasil-Portugal



Fonte: HEMEROTECA DIGITAL DE LISBOA, S/D, WEB.

Mais recentemente, em um breve resumo feito pelas autoras Freixa e Chaves (2012), há a indicação de outra publicação considerada uma das primeiras voltadas para o público feminino – e que continha conteúdo relacionado à cozinha e à culinária, sendo que essa, surgiu no século XX, mais precisamente no ano de 1914. Foi o lançamento da *Revista Feminina* que, durante 22 anos, trouxe assuntos não muito diferentes do que já foi mostrado até agora, mas que era considerado de relevância para as mulheres da época: moda, economia doméstica, culinária, entre outros. Um dos elementos de relevância para esta pesquisa foi a existência da coluna “O menu do meu marido” (Figura 12), “que orientava as donas de casa sobre como cuidar do “lar doce lar” e trazia receitas passo a passo.” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 221-222).

Figura 12. Página da Revista Feminina (Fevereiro de 1919)

56

REVISTA FEMININA

**O MENU'  
DE  
MEU  
MARIDO**

**Pudim de peixe**

Tira-se a cacha a um pão de 100 rês e põe-se de molho em 12 garrala de leite durante 2 horas. No fim deste tempo, bote-se bem para que se torne uma massa homogênea, na qual se deita 1/2 kilo de camarões passados na machina e refogados em bom azeite, chitros verdes, tomates e cebolas, tudo picado muito miúdo, uma colher de queijo parmesão ralado, 1 dita de manteiga, uma de farinha de trigo, 3 gemmas e as 3 claras batidas como para suspiro. Mistura-se bem tudo e põe-se a assar em forma untada.

**Pudim de presunto**

Faz-se do mesmo modo. O presunto deve ser assado e cortado bem miúdo.

**Cenouras com molho branco**

1 litro de cenouras,  
1/2 litro de batatas,  
2 copos de leite,  
2 colheres grandes de farinha de trigo,  
1 colher grande de manteiga,  
3 colheres grandes de queijo parmesão ralado,  
3 colheres grandes de farinha de biscoito.

Descascan-se as cenouras e deitam-se a cozinhar em água e sal; quando estiver em meio a cocção, juntam-se as batatas que devem ser cortadas ao comprido bem como as cenouras. Depois de bem cozidas, refoga-se em gordura, cebola, tomate e cheiro verde, tudo picado miúdo.

Faz-se o molho branco misturando o leite, a farinha de trigo e a manteiga diluindo tudo muito bem, e leva-se ao fogo para cozinhar. Quando tudo pronto conforme ensinamos, toma-se um prato proprio para forno, e deita-se uma camada de cenouras, uma de molho branco, outra de queijo e outra de farinha de biscoito,

procedendo-se assim até ao fim. Cozinha-se em forno quente e vai á mesa no mesmo prato.

**Brosarejos**

Faz-se um creme com 12 garrala de leite, 2 gemmas e 3 colheres de assucar. Na occasião em que se estão batendo as gemmas e o assucar, deita-se 1/2 calice dos de licor de anisete e leva-se ao fogo para espessar bem, sem ferver. Enquanto esfria, derretem-se 3 folhas de gelatina branca em 1 colher de água fervendo, até que fique bem diluida; batem-se as duas claras que ficaram, como se fosse para suspiro e mistura-se juntamente com a gelatina no creme. Molha-se em água fria a forma, despeja-se nella o creme e leva-se á gelar.

**Rimperatriz**

Com 1 garrala de leite, 1 xícara de arroz, 3 gemmas, e o assucar necessario faça-se um arroz doce bem frito. Depois derretem-se 3 folhas de gelatina, e bata bem as 3 claras que ficaram, triture tudo no arroz doce, deite em forma molhada em água fria, que vai á geladeira para gelar.

**Brio de fubá mimoso**

500 grammas de fubá mimoso peneirado, 1/2 litro de leite, 8 ovos, erva doce, uma xícara das de chá de gordura.

Ferve-se o leite e deita-se o fubá na mesma vasilha, e mexe-se bem para que fique molhado o fubá; feito isto despeja-se em uma vasilha para esfriar. depois de frio vai-se quebrando os ovos de um em um até ficar no ponto; o ponto é quando se tira a massa com uma colher é preciso despegar com outra.

**Geléa de champagne**

Dissolvem-se 60 grammas de gelatina em 200 grs. de água e leva-se ao fogo para reduzir a 120 grammas de liquido que se deita em uma vasilha e mistura-se uma garrafa de champagne.

Deita-se tudo em uma forma molhada em água fria e enterra-se no gelo; quando estiver dura, passa-se a forma muito rapidamente em água fervendo e vira-se em um prato.

**Creme de amendoas**

Depois de pisadas 60 grammas de amendoas doces, as quais se juntarão somente 3 amendoas amargas, diluem-se em leite a ferver; passam-se pela peneira, acrescentando-se-lhe gemmas de ovos e água de flor de laranja e e aquecem-se a banho-maria.

**Torta com geleia e fructa**

Faz-se uma forma com massa folhada, põe-se no fundo uma camada de geleia de qualquer fructa. Sobre a geleia fatias de maçãs e bananas cortadas bem finas. Toma-se 1/2 garrala de leite quatro gemmas, o assucar necessario e baunilha mistura-se tudo muito bem e derrama-se por cima das fructas e leva-se ao forno quente para assar.

**Sorvete de laranjas**

Doze laranjas grandes com bastante caldo 500 grammas de assucar, um litro de água. Ferve-se o assucar a água e as cascas de tres laranjas picadas, por espaço de cinco minutos e deixasse esfriar. Quando estiver frio junta-se-lhe o caldo das laranjas passado em um pano fino e deita-se na sorveteira para gelar.

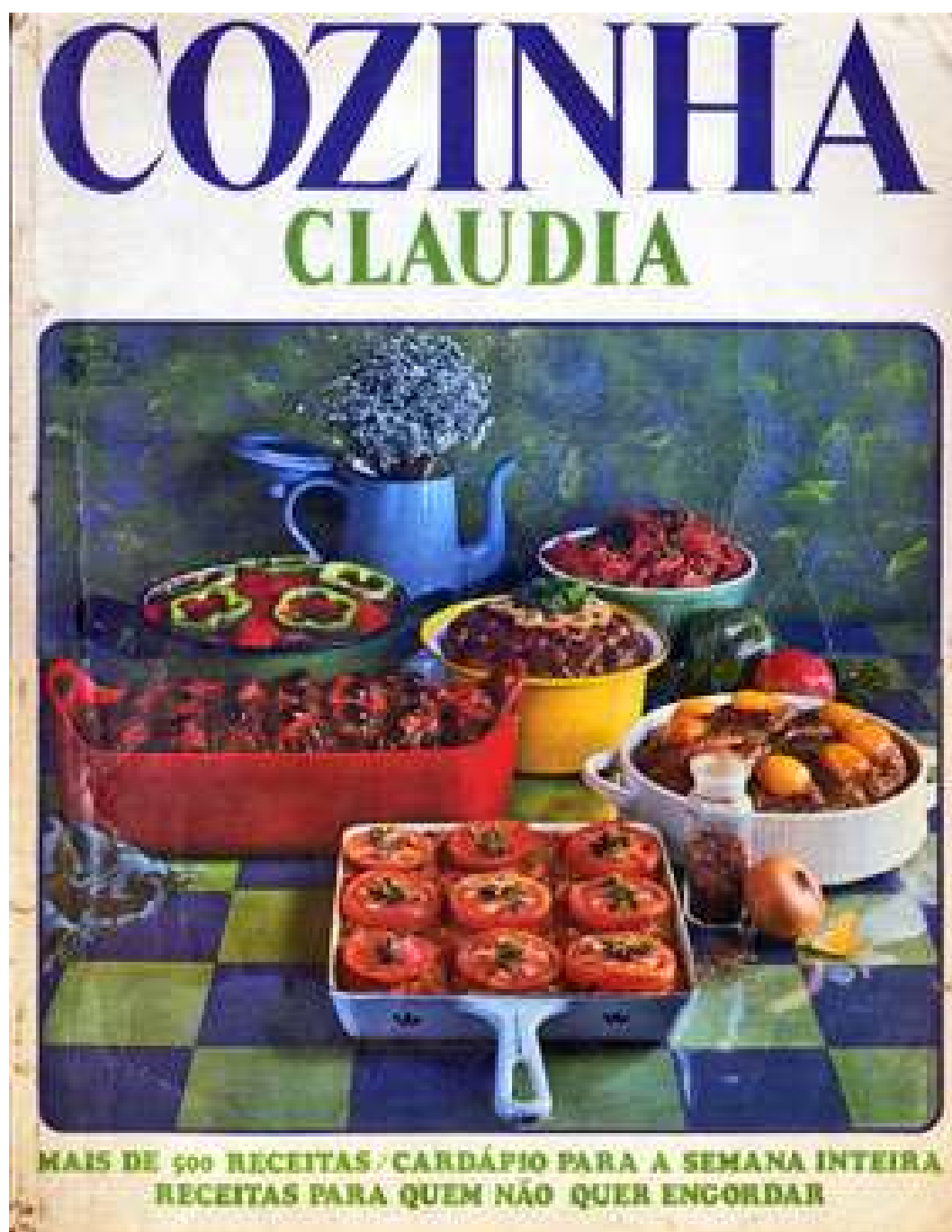
**Sorvete de côco**

Um côco ralado, um litro de leite, 400 grs. de assucar, coa-se por um guardanapo, deixa-se esfriar e congela-se.

**KOLA SOEL** - Anemia, fraqueza, machitismo, moléstias do estomago, útil no crescimento das crianças.

Outra revista que trouxe a culinária como um dos seus pontos fortes foi a *Claudia* (Figuras 13, 14, 15, e 16) que, em 1961, além da publicação de receitas, passou a testá-las em uma cozinha feita para esses “experimentos”. Essa empreitada culminou no encarte “Jornal da Cozinha” que, mais tarde, no suplemento “Claudia Cozinha”. Esse modelo de construção para o teste de receitas nas redações é utilizado ainda hoje em revistas do segmento, como na Editora Alto Astral, na cidade de Bauru, SP (FREDERICO, 2008).

**Figura 13.** Capa da Revista Claudia Cozinha do ano de 1968, n. 81



Fonte: CLASSIOFERTA.COM, 2018, WEB.



Figura 15. Páginas da Revista Claudia Cozinha do ano de 1968, n. 81



Figura16. Páginas da Revista Claudia Cozinha do ano de 1968, n. 81



Atualmente existem várias revistas, não somente direcionadas ao público feminino, mas que se especializaram em gastronomia e na difusão de receitas. Um dos exemplos está na Editora Scala, que tem volumes como a “Cozinha Fácil”, além de publicações que tratam especificamente de uma comida como chocolate ou pães; a editora Alto Astral também possui uma enorme diversidade de publicações, dentre elas: “Guia da Cozinha”, “Guia de Receitas Saudáveis”, “Dicas & Receitas”, “Faça já & Lucre já”, “Delícias da Vovó Palmirinha”, entre outras.

As revistas femininas representam um ponto controverso na história da imprensa, justamente pelo fato de que existe uma dicotomia interessante: o viés do reforço do estereótipo da mulher que deve ser submissa e se dedicar somente à casa e à família, no entanto, existem olhares que vão ao encontro dos ideais feministas, mostrando às mulheres que outros comportamentos são possíveis.

Na atualidade, as revistas femininas não são mais sinônimo de receitas ou de culinária. Vale salientar que, diferentemente do que se pode pensar, os primeiros grandes *chefs* reconhecidos enquanto tais eram homens e, até hoje, trata-se de uma profissão extremamente masculina, como aponta uma matéria que afirma que, no mais recente Guia Michelin publicado, dos 57 estabelecimentos que passaram a estrelar o guia, aparecem somente duas mulheres que, ainda sim, trabalham com seus parceiros<sup>23</sup>.

Sendo assim, a imprensa segmentou essas publicações que hoje estão cada vez mais especializadas e direcionadas a um nicho muito específico. De acordo com o Guia de Mídia<sup>24</sup>, as revistas dedicadas ao mundo da alimentação e seus segmentos são: *Revista Adega, Revista Casa e Comida, Revista Expresso, Revista Gula, Revista Menu, Revista Prazeres da Mesa, Alimentos e Bebidas, Bares e Restaurantes, Revista Cerveja, Revista Chef, Cozinha Profissional, Revista Dieta Já, Engarrafador Moderno, Revista Eno Estilo, Revista Food Magazine, Revista Higiene Alimentar, Food Service News, Revista Gastronomia Etc, Go'Where Gastronomia, Revista Gosto, Guia da Cozinha, Revista Nutrinsights, Revista Shape, Revista Vegetarianos, Revista Magazine*.

Outra questão importante a ser mencionada em relação à mídia impressa foi o uso, durante a ditadura militar, no Brasil, das receitas culinárias para indicar que o conteúdo que deveria ser colocado naquele espaço fora censurado.

---

<sup>23</sup> ESTADO DE MINAS, 2018, WEB.

<sup>24</sup> GUIA DE MÍDIA, 2018, WEB.

Figura 17. Censura no Jornal Estadão

## 1968, Mordaça no Estadão



Fonte: BLOG DO PROFESSOR, 2008, WEB.

Esse é um acontecimento obscuro da história brasileira, no entanto, encontra-se, mais uma vez, um protesto que utilizou da comida – neste caso, as receitas – para comunicar que, ali tinha havido o corte de um censor que estava presente no processo de produção e confecção dos jornais.

### 3.6 Caiu na rede... é comida!

Mesmo com a ainda indefinida linguagem para a internet ou na delimitação dos formatos do que é estritamente produzido para ser e estar *online*, observa-se que houve uma grande mescla em relação a todos os conteúdos que nela estão presentes. E isso traz uma nova forma de ver esse suporte com grande possibilidade de comunicação, como afirma Canclini:

Devido à convergência digital desses meios, são *reorganizados os modos de acesso aos bens culturais e às formas de comunicação*. Parece mais fácil aceitar o processo socioeconômico das fusões do que reconsiderar o que vinha sendo sustentando nos estudos sobre educação e leitura, nas políticas educacionais, culturais e de comunicação. (CANCLINI, 2008, p. 33)

E, ainda de acordo com o autor, “Nem tudo é padronização.” (CANCLINI, 2008, p. 54), por isso, existem várias tentativas de construção de formatos de conteúdo disponibilizados na *internet*, sempre evidenciando uma grande busca pela originalidade, apesar de possibilitar o acesso a tudo o que já foi realizado e, principalmente, no universo midiático tão em evidência nos dias atuais. E essa mistura de elementos está muito bem retratada nos produtos voltados para a culinária, pois, se o impresso foi um meio de proliferação de conteúdo culinário, com a internet não foi diferente. Existem muitos *sites* que são extensões das publicações impressas ou mesmo de produtos que foram produzidos para a TV, mostrando um combo para chegar a todo tipo de público.

Para Jacob (2013), a *internet* se tornou o novo caderno de receitas da contemporaneidade, seja por meio de *sites* ou pelos aplicativos que foram sendo desenvolvidos à medida que os produtores de conteúdo perceberam um novo nicho se formando.

Se na época de programas como os de Ofélia Anunciato o modo de se ter aquela receita apresentada era anotá-la em papel enquanto os ingredientes eram repetidos e o modo de fazer se desenrolava na atração televisiva, hoje é possível assistir o programa e depois acessar confortavelmente o *site* e baixar a receita. (JACOB, 2013, 99)

Para a autora, a *internet* ainda se configura como um algo a mais, onde pode ser oferecido conteúdo extra, por exemplo. Mas, tal prática apresenta-se como uma faca de dois gumes, justamente pela difusão da audiência e do aumento de modelos e produtos que podem surgir. Um modelo interessante que auxiliou nessa propagação foram as plataformas de compartilhamento de vídeos, como o *You Tube*, onde é possível encontrar diversos “canais” com diferentes tipos de cozinha: para iniciantes, vegetarianos, *chef's* mostrando seu dia a dia, enfim, é uma gama enorme de “programas” que está disponível na *web*.

Outra plataforma que passou a investir na criação de conteúdo próprio relacionado à comida foi a *Netflix*<sup>25</sup>, suas produções estão dispostas no Quadro 4.

---

<sup>25</sup> Plataforma online que oferece como serviço a exibição de filmes e séries, além de produções próprias por meio de assinatura mensal.

**Quadro 4.** Produção culinária disponível na Netflix

Ano	Título	Duração	Elenco	Nota <sup>26</sup>
2016	<i>Cooked</i> <sup>27</sup>	1 temporada 4 episódios	Michael Pollan	-
2016	<i>Chef's Table</i> França <sup>28</sup>	1 temporada 4 episódios		66%
2016	<i>Midnight diner: Tokio Stories</i> <sup>29</sup>	1 temporada 10 episódios	Kaoru Kobayashi, Joe Odagiti, Mansaku Fuwa, Reiko Kataoka, Koen Kondo.	-
2017	<i>Chef's Table</i> <sup>30</sup>	4 temporadas 6 episódios em cada		68%
2017	<i>Kantaro: the sweet tooth salaryman</i> <sup>31</sup>	1 temporada 12 episódios	Matsuya Onoe, Ren Ishikawa, Hiroyuki Onoue, Hazuki Shimizu, Sarutoki Minagawa	-
2017	<i>Samurai Gourmet</i> <sup>32</sup>	1 temporada 12 episódios	Naoto Takenata, Tetsuji Tamayama, Honami Suzuki	-
2017	<i>The Big Family Cooking Showdown</i> <sup>33</sup>	1 temporada 12 episódios	Zoa Ball, Nadiya Hussain, Georgio Locatelli, Rosemary Shrager.	91%
2018	<i>Rotten</i> <sup>34</sup>	1 temporada 6 episódios		-
2018	<i>Somebody feed Phil</i> <sup>35</sup>	1 temporada 6 episódios	Philip Rosenthal	-
2018	<i>Ugly Delicious</i> <sup>36</sup>	1 temporada		78%

Fonte: Da autora, 2018.

<sup>26</sup> Avaliação feita pelos usuários disponível no serviço de *streaming*.

<sup>27</sup> Série documental. Sinopse: “O aclamado escritor e ativista da alimentação põe a mão na massa, na carne e na fermentação, mostrando como cozinhar transforma o mundo em que vivemos”. Acesso em: mar/2018.

<sup>28</sup> Série. Sinopse: “Uma herança invejável, técnicas impecáveis e sabores estonteantes. Conheça a nova onda de *chef's* dispostos a transformar a culinária francesa”. Acesso em: mar/2018.

<sup>29</sup> Série dramática. Sinopse: “Os clientes de um restaurante japonês encontram conexões profundas entre si a partir do interesse compartilhado pelo mesmo prato”. Acesso em: mar/2018.

<sup>30</sup> Série. Sinopse: “Esta série documental indicada ao Emmy mostra o que acontece nas cozinhas e nas mentes dos *chef's* que estão redefinindo o conceito de alta gastronomia”. Acesso em: mar/2018.

<sup>31</sup> Série cômica. Sinopse: “Kantaro termina suas visitas aos clientes o mais rápido possível para ter tempo de curtir sua jornada em busca dos doces mais saborosos”. Acesso em: mar/2018.

<sup>32</sup> Série dramática. Sinopse: “Recém-aposentado, Takeshi redescobre a paixão pela vida e pela comida ao entrar em contato com seu guerreiro interior e passar a comer o que dita seu coração”. Acesso em: mar/2018.

<sup>33</sup> *Reality show*. Sinopse: “Nesta série sem roteiro, famílias apaixonadas por comida travam uma batalha entre as panelas para provar quem faz os melhores pratos caseiros da Grã-Bretanha”. Acesso em: mar/2018.

<sup>34</sup> Série documental. Sinopse: “Com um mergulho na cadeia de produção de alimentos, esta série documental revela verdades amargas e expõe forças ocultas que definem o que comemos”. Acesso em: mar/2018.

<sup>35</sup> Série. Sinopse: “O criador de “Raymond e Companhia”, Phil Rosenthal roda o mundo explorando a cultura e a culinária de cidades como Bangkok, Lisboa, Cidade do México, entre outras”. Acesso em: mar/2018.

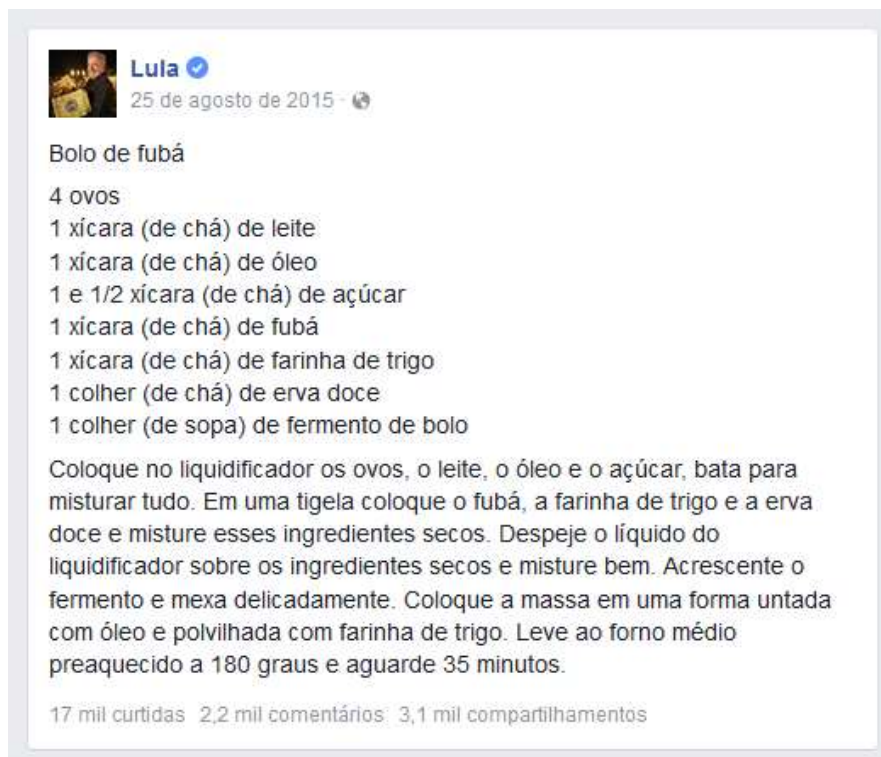
<sup>36</sup> Série. Sinopse: “Mais sabor e menor besteira. O famoso *chef* David Chang leva seus amigos a uma caçada intercultural pelo mundo em busca de pratos que, aparências à parte, dão água na boca”. Acesso em: mar/2018.

Pode-se ver que, a partir do ano de 2016, a *Netflix* apresentou maior número de documentários e séries voltadas ao público que procura conhecer a culinária de outros países, ou conhecer os *chef's* renomados que figuram entre as estrelas desse mundo culinário midiático. Não foi localizada nenhuma produção estritamente brasileira ou direcionada especificamente para o público do país, no entanto, alguns *chef's* brasileiros aparecem nas produções, como Alex Atala em um episódio de *Chef's Table*.

A quantidade de programas realizados pela *Netflix* também é responsável por reiterar o momento que a culinária vive no mundo, no qual há uma profusão de programas de televisão – que serão abordados no próximo Capítulo, *blog's* e *vlog's* de culinária.

A internet, além de espaço para produções de conteúdo culinário, é palco para a comida aparecer como protagonista de outras formas. Vide o caso que aconteceu em 2015 e que diz respeito a uma postagem do ex-presidente Lula e que teve a comida como uma forma de comunicação, prática usada há algumas décadas no Brasil e já mostrada nesta pesquisa. O caso aconteceu no *Facebook*, como mostra a Figura 18.

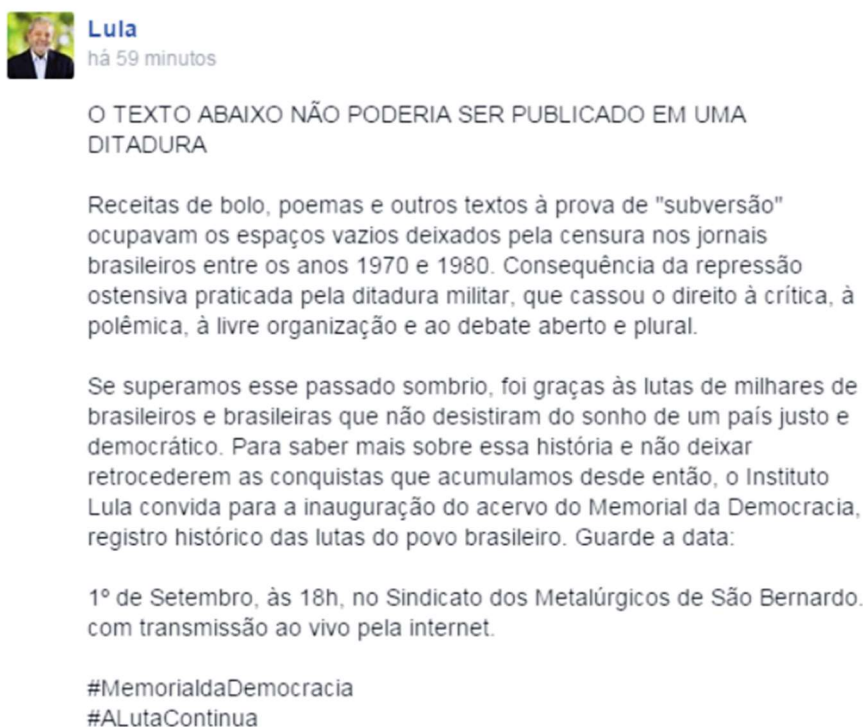
**Figura 18.** Post de Lula n. 1



Fonte: FACEBOOK, 2015, WEB.

Posteriormente, Lula usou a mesma rede social para explicar o motivo da publicação da receita de bolo e mostrou que a estratégia foi utilizada para promover a inauguração do Memorial da Democracia<sup>37</sup>, ligado ao Instituto Lula. O esclarecimento veio pouco tempo depois da primeira postagem e fez menção, diretamente, à época da ditadura e ao tempo no qual a censura fazia parte de todo tipo de atitude, seja jornalística, seja em atos de liberdade de expressão.

**Figura 19.** Post de Lula n.2



Fonte: AZEVEDO, 2015, WEB.

Mais uma vez, mas em outro veículo, pode-se reconhecer o significado da comida e que vai muito além do gosto, do paladar, do mastigar, e se mostra independente de qualquer veículo: seja nas publicações impressas, na televisão ou na *internet*, a comida esteve presente desde sempre.

<sup>37</sup> O Memorial da Democracia foi lançado pelo ex-presidente Lula em 1 de setembro de 2015. Trata-se de um museu virtual, criado com o objetivo de servir como um espaço para o resgate e arquivo das lutas pela democracia brasileira. Atualmente o site abriga uma linha do tempo que conta a História do Brasil desde o ano de 1930 até 2010. O conteúdo está disponível em: <<http://www.memorialdademocracia.com.br/>>. Acesso: mar/2018.

Em uma trajetória que envolveu bocados da História da Comunicação e da comida / culinária, a tentativa desse Capítulo foi mostrar que a junção desses dois universos se dá desde que o homem começou a se comunicar e, como exemplificado anteriormente, intensificou-se durante o desenvolvimento dos vários meios de comunicação.

Da mesma maneira e por meio de diferentes dispositivos, a comida passou a ter diferentes significados, por isso, cabe ressaltar que “Na experiência humana, de fato, os valores de base do sistema alimentar não se definem em termos de “naturalidade”, mas como resultado e representação de processos culturais que preveem a domesticação, a transformação, a reinterpretação da natureza.” (MONTANARI, 2013, p. 15), e, pode-se acrescentar, a inclusão da tecnologia e de plataformas de comunicação.

As transformações que permearam esses dois mundos foram essenciais para a sociedade que, pouco a pouco, foi se adaptando aos meios de comunicação e à comida que passou a figurar cada vez mais nesses dispositivos. Como pontuado por Standage (2010) no Capítulo 2, muitas das mudanças tiveram como ponto de partida a comida, que foi um catalizador desde os primórdios da história da humanidade. Por outro lado, existe a evolução tecnológica que permitiu com que as técnicas culinárias fossem aprimoradas, bem como os meios de comunicação, que traz a evolução da oralidade, para a escrita e um grande salto que se apresentou a partir do século XX.

Os movimentos de classe e de poder podem ser vistos nos dois campos de estudo: a comida *verus* a fome e o grande questionamento que toma conta da mídia ainda hoje em relação à hegemonia dos grandes conglomerados de comunicação frente àqueles que querem se comunicar e não conseguem, tamanha a coibição dos próprios veículos e do governo, no caso das rádios comunitárias, por exemplo.

Mais do que estar nas vidas dos indivíduos por conta das dietas, a comida passou a figurar em outros âmbitos. Como profissão e nas universidades, o fazer culinário recebe o nome de gastronomia, onde são aprendidas as técnicas e desenvolvidas habilidades para que aqueles que a procuram possam atuar nesse crescente nicho de mercado. Um dado que comprova o crescimento da carreira é a grande quantidade de cursos que estão disponíveis nas universidades, de acordo com o Ministério da Educação (2018), existem 314, sendo que, a maioria deles está alocada na região sudeste do país. Ainda precisam ser considerados os cursos livres, os técnicos, ou seja, é uma área que capacitou para o mercado, mais de sete mil pessoas no ano de 2016<sup>38</sup>. Ao mesmo tempo, sua presença no

---

<sup>38</sup> INFOOD, 2018, WEB.

cenário midiático atual é tão relevante que movimenta audiências, patrocínios e muito dinheiro, seja na mídia hegemônica, seja de maneira alternativa, como nos *blog's*, vídeos do *You Tube*. Aquilo que é de todo mundo, passa a estar em todo o mundo e por meio de diferentes tipos de mídia.



E o que é apresentado nessas mídias é de grande relevância, pois sua inserção em contextos sociais com a ajuda dos meios de comunicação de massa mostra o privilégio de determinada culinária em detrimento de outra. Por isso, aqui, será por meio da comida, que não é figurante, ela atua e está envolvida nos processos comunicacionais de maneira efetiva e eficaz, mesmo quando não há uma verdadeira intenção de comunicar, que irá se verificar o que está sendo dito pela culinária mostrada no programa televisivo *MasterChef*. Os dados da pesquisa realizada na atração exibida em países da América Latina serão mostrados e comentados no próximo Capítulo.





---

## PRATO PRINCIPAL

### 4 Culinária nacional no *MasterChef* da América Latina

---

*A comida simboliza tudo o que há de diferente sobre uma cultura e oferece uma amostra autêntica de como é a vida das pessoas. Todo mundo precisa comer, e a comida é um idioma universal.*

(...)

*Diferente dos guias e folhetos de viagem, a comida permite uma visão genuína de como um povo vive e respira. Ao saborear o prato de outra cultura, acabamos entendendo, garfada a garfada, do que ela realmente se trata.*

**Mina Holland**



A comida passou por praticamente todas as instâncias sociais e comunicacionais na História da Humanidade. A alimentação e seus processos atingem um grau extremamente elevado de espetacularização quando chegam à televisão, um veículo de comunicação de grande alcance, principalmente no Brasil, onde ainda é o veículo “[...] de maior utilização para as pessoas se informarem<sup>39</sup>”.

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, 77% das pessoas entrevistadas afirmaram que assistem televisão os sete dias da semana, com um consumo médio diário de três horas e vinte e um minutos durante a semana e três horas e quarenta e nove minutos aos finais de semana. Apesar dessa audiência não ter uma atenção exclusiva – muitos entrevistados afirmaram que fazem outras coisas enquanto assistem televisão, como comer, conversar – trata-se de uma grande porcentagem de audiência, além de um número relevante de consumo médio do conteúdo que é exibido no veículo.

Por isso é necessário observar o fenômeno que toma conta da televisão brasileira já há alguns anos, mas que se potencializou principalmente pela exibição dos *realities shows* culinários que tomaram conta da programação das televisões aberta e por assinatura no país.

Mas essa combinação entre a culinária e a televisão não é recente no mundo, ela data dos anos de 1940, precisamente no ano de 1948, quando estreou o programa “*To The Queen’s Taste*”, apresentado pela inglesa Dione Lucas, na Inglaterra. Mas a popularização desse tipo de entretenimento se deu graças à *chef* norte-americana Julia Child que, durante dez anos (1963 a 1973), apresentou o programa *The French Chef*, ensinando técnicas francesas e se despedindo do público com o “*bon appétit*”, termo que se tornou muito popular na gastronomia<sup>40</sup>.

No Brasil, a primeira representante do gênero foi a culinária Ofélia Ramos Anunciato, considerada por Freixa e Chaves (2012) a primeira dama da cozinha brasileira. Ofélia apresentou o programa *Cozinha Maravilhosa de Ofélia*, que esteve nas grades da TV Tupi e da TV Bandeirantes, desde 1957 até o ano em que faleceu, 1998.

Esse formato, da apresentadora que cozinhava com e para as donas de casa, com linguagem simples, ingredientes de fácil acesso e técnicas pouco elaboradas possui vários representantes na televisão aberta brasileira, como Palmirinha e Ana Maria Braga. Os

---

<sup>39</sup> Dados divulgados na mais recente Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.

<sup>40</sup> Informações provenientes de uma matéria online que se refere ao livro *Watching what we eat*, da autora Kathleen Collins, lançado nos Estados Unidos em 2009 e sem tradução para o português. GUIA DOS CURIOSOS, 2016, WEB.

homens também passaram a fazer parte desse universo, como apresentador Daniel Bork, que comandou o *Bem Família* de 2005 a 2009, e depois apresentou o *Dia a Dia* até a atualidade – os dois programas exibidos pela Bandeirantes.

O desdobramento do tradicional programa de culinária resultou em muitas variações pelo mundo: *realities* com cozinheiros amadores, profissionais, crianças, celebridades; tudo isso nos mais diferentes formatos e com foco em diversas áreas da gastronomia: específicos de confeitaria, com um restaurante como pano de fundo, atendendo ou não a clientes.

Existente há muito mais tempo no exterior, as diferentes vertentes dos programas culinários chegaram ao Brasil, primeiro, na televisão por assinatura, onde foram aumentando devido a sua potencialidade de audiência. Assim, a TV aberta encontrou nesse nicho, que estava se espalhando com rapidez, uma maneira eficiente de alavancar a audiência. O que, de fato, aconteceu.

Em um levantamento feito pelo Ibope<sup>41</sup>, o número de atrações do gênero era de 49 em 2013, e, em 2014, teve aumento de 38%, chegando a 67 programas entre as televisões aberta e fechada. Na matéria disponível no Observatório da Imprensa<sup>42</sup>, há a referência à audiência que esse tipo de programa possui e, por isso, a diversificação de formatos e, conseqüentemente, a chegada em massa à televisão aberta no Brasil.

O crescimento foi vertiginoso nos últimos anos. Se em 2014 havia 67 programas na televisão aberta e fechada, em 2017 foram 47 somente na TV aberta, a isso somando-se grandes quantias em publicidade, tomando conta de 17% desses ganhos, o que equivaleria a cerca de 839 bilhões de reais somente no primeiro semestre de 2017<sup>43</sup>.

Anteriormente vistos somente pelo público feminino, hoje os programas possuem caráter familiar, com um público-alvo mais amplo. Um exemplo é o programa “*Mais Você*” apresentado por Ana Maria Braga, que passou a exibir, desde 2008, quadros como *Jogo de Panelas*, *Super Chef* (2008) e *Super Chef Celebidades*.

Tal mudança foi uma reação aos baixos índices de audiência, por esse motivo pode-se considerar as palavras de Hall (2013) em relação ao processo de produção para a televisão, que constitui uma via de mão dupla, que cria e reproduz representações sociais. As estruturas de produção “[...] tiram assuntos, tratamentos, agendas, eventos, equipes,

---

<sup>41</sup> MALTA, 2014, WEB.

<sup>42</sup> Idem.

<sup>43</sup> PADIGLIONE, 2017, WEB.

imagens da audiência, “definições de situação” de outras fontes e outras formações discursivas dentro da estrutura sociocultural e política mais ampla da qual são uma parte diferenciada.” (HALL, 2013, p. 431).

No Brasil, passaram pela grade televisiva os programas *Hell's Kitchen* (que em sua primeira edição teve o nome traduzido para Cozinha sob Pressão e entre o final de 2015 e início de 2016 exibiu sua segunda temporada), *Bake of Brasil* e *BBQ Champ – Disputa entre churrasqueiros amadores* (a ser exibido), no SBT; *Batalha dos Confeiteiros Brasil*, na Record; *MasterChef Brasil* com cinco edições, além das versões Profissionais (2 temporadas) e Júnior, na TV Bandeirantes.

Essa cultura gastronômica que se forma faz parte da cultura da mídia que “[...] fornece o material que cria as identidades pelas quais os indivíduos se inserem nas sociedades tecnocapitalistas contemporâneas, produzindo uma nova forma de cultura global” (KELLNER, 2001, p. 9). A partir dessa afirmação, enquadrando os programas culinários nessa seara e pensando sobre os processos de produção de um programa como discutiu Hall (2013), surge o questionamento sobre como a identidade de um povo é mostrada nesses programas, já que essa cultura da mídia também é responsável pela formação das identidades sociais.

Nas televisões por assinatura o número de programas culinários cresce de maneira exponencial. De acordo com a matéria da Revista *Época*<sup>44</sup>, na última década foram produzidos 112 programas, somente na categoria de *reality show*. Ainda de acordo com a publicação, o motivo de tanta produção é somente um: “eles atraem telespectadores.”. A combinação da comida com os diversos formatos nos quais ela é apresentada, tem se mostrado, ao longo dos anos, em uma fórmula praticamente infalível. Sendo assim, nos canais por assinatura, por exemplo, encontra-se o TLC que dedica 45% de sua programação à culinária; o *Discovery Home & Health* possui as “Terças à Mesa”, com uma programação dedicada à comida; e, finalmente, o canal GNT apresenta em sua grade de programação um número impressionante de 15 programas de culinária.

Outro ponto que chama a atenção foi a criação de um canal especializado em culinária chamado *Food Network*, lançado nos Estados Unidos em 1993<sup>45</sup>. De acordo com seu site, o canal é “[...] dedicado a quem ama a arte da gastronomia. Desde a elaboração de diversos pratos, competições gastronômicas e lugares que levam na comida a cultura

---

<sup>44</sup> OSHIMA, 2011, WEB.

<sup>45</sup> UOL, 2014, WEB.

de diferentes países [...]”<sup>46</sup>, resumindo, trata-se de um canal totalmente voltado para a gastronomia que, além dos Estados Unidos, também é transmitido na Europa, Oriente Médio África, eixo Ásia-Pacífico<sup>47</sup>, e que chegou ao Brasil no ano de 2015.

Dentre tantos programas existentes nas grades televisivas, tanto dos canais abertos quanto daqueles por assinatura, a escolha de um deles foi condicionada a alguns fatores, entre eles a potencialidade de audiência, de publicidade, além do impacto causado na própria televisão e também no cotidiano dos brasileiros. Sendo assim, para a composição do *corpus* desta pesquisa optou-se pelo *MasterChef*, na sua versão para amadores, justamente por ser um dos programas de culinária que atravessou continentes e ainda se mantém na programação de várias televisões no mundo.

#### 4.1 O programa *MasterChef*

Criado em 1990 pelo cineasta e documentarista britânico Franc Roddam, o *MasterChef* é um *reality show* que trata de gastronomia. Desde sua criação, o programa passou por várias reformulações até chegar ao que se pode ver hoje nas franquias que estão espalhadas por diversos países.

**Figura 20.** Ganhadora e jurados do primeiro *MasterChef*



Fonte: CASTRO, 2015, WEB.

---

<sup>46</sup> FOOD NETWORK, 2018, WEB.

<sup>47</sup> SANTOS, 2015, WEB.

As primeiras edições eram bastante “humildes”: não possuíam muitos competidores – eram somente três, não havia os grandes prêmios oferecidos em quase todos os programas da atualidade, as provas eram manejáveis – com tempo e orçamento razoável para sua preparação. Basicamente, não havia todo o espetáculo que hoje se criou em torno do *MasterChef*. O modelo “básico” da atração durou dez anos, mas não saiu do Reino Unido.

O *MasterChef* como se conhece hoje chegou à televisão em 2005<sup>48</sup>, por meio de uma reformulação feita por seu próprio criador e pelos produtores John Silver e Karen Ross e, desde então, vem se transformando em um fenômeno mundial que já teve versões exibidas em 58 territórios e foi visto por cerca de 300 milhões de pessoas em todo o mundo – de acordo com a sua distribuidora, a *EndemolShine Group*, como pode ser visto na Figura 21:

**Figura 21.** Lugares de exibição do *MasterChef*



Fonte: MASTERCHEF, 2018, WEB

---

<sup>48</sup> CASTRO, 2015, WEB.

**Figura 22.** Capa do site *MasterChefUK*



Fonte: MASTERCHEF, 2018, WEB.

**Figura 23.** Jurados atuais do *MasterchefUK*



Fonte: MASTERCHEF, 2018, WEB.

A estrutura que o programa apresenta hoje – 28 anos depois de seu surgimento, gira em torno de uma competição, com um determinado número de cozinheiros amadores pré-selecionados (a quantidade depende de cada versão) que devem passar por várias provas técnicas e mostrar suas habilidades culinárias, a fim de conquistar diversos prêmios (que, na maioria das vezes, são: dinheiro, publicação de livro com as próprias receitas, cursos de gastronomia em renomados centros do mundo – como a *Le Cordon Bleu*<sup>49</sup>) e o troféu que contempla o cozinheiro amador como *MasterChef* daquele país.

Desde 2005 até agora foram produzidas no Reino Unido 14 temporadas<sup>50</sup> - a emissora já prepara a 15ª), somente da versão para amadores, todas pela mesma emissora. Também foram produzidas as versões *Júnior* (competição com crianças – com cinco temporadas), *Celebrity*<sup>51</sup> (com um elenco de pessoas famosas que competem pelo título – teve 12 temporadas) e *The Professionals*<sup>52</sup> (composta por *chef's* formados – está na sua décima temporada)<sup>53</sup>. Geralmente são 25 episódios em cada temporada, o que está caminhando para um total de mil episódios – somando todas as edições.

Nos Estados Unidos o sucesso é semelhante e a franquia apresenta bons resultados, tanto que a edição de amadores está em sua 9ª temporada e a versão *Júnior* teve seis edições, todas produzidas pela rede FOX. No Brasil, a versão estadunidense é exibida pelo canal por assinatura TLC.

**Figura 24.** Jurados *MasterChef* US



Da esquerda para direita: Aarón Sanchez, Gordon Ramsay e Joe Bastianich. Fonte: FOX (a), 2018, WEB.

<sup>49</sup> Uma das mais tradicionais e renomadas escolas de culinária e hospitalidade do mundo, foi fundada em Paris, no ano de 1895, e hoje está em mais de 20 países. CORDON BLEU, 2018, WEB.

<sup>50</sup> BBC, 2018, WEB.

<sup>51</sup> BBC, 2018, WEB.

<sup>52</sup> BBC, 2018, WEB.

<sup>53</sup> Na Austrália ainda foi criada a versão *All Stars*, que levou os cozinheiros amadores que participaram de edições do programa a uma nova competição para angariar fundos para caridade.

**Figura 25.** Jurados da versão *Junior*



Da esquerda para direita: Joe Bastianich, Cristina Tosi, competidor da versão *Junior* e Gordon Ramsay.

Fonte: FOX (b), 2018, WEB.

Nas versões exibidas no Reino Unido e nos Estados Unidos não existe a presença de um apresentador, os próprios jurados fazem esse papel, no entanto, as provas pelas quais os cozinheiros têm que passar para chegar à final, são comuns.

A primeira delas, a Caixa Misteriosa, é apresentada aos participantes somente na hora de cozinhar deixando um clima de surpresa acerca dos ingredientes que deverão ser utilizados; existem as provas em equipe, que são formadas para realizar refeições em casamentos, para celebridades, para as forças armadas e convidados em geral. Depois disso, cada franquia usa a criatividade para trabalhar os testes: são provas que envolvem técnicas de cocção, de corte, pratos salgados, confeitaria, entradas, provas para testar o paladar, enfim, uma infinidade de elementos que vão mostrar aos *chef's* aqueles que possuem maior habilidade dentro de uma cozinha.

Como visto anteriormente, as cobranças não eram extremas no início da ideia do *show* e isso mudou bastante com o tempo. Os cozinheiros amadores são levados a provas praticamente de resistência, com tempo curto, com limitação de ingredientes, além do forte apelo que busca mostrar as intrigas entre os participantes, dando destaque, às vezes, mais para os dramas desenvolvidos individualmente ou em grupo, do que para a culinária propriamente dita.

## 4.2 *MasterChef* na América Latina

Visto que o *MasterChef* é um dos programas que chegou a tantos países, com um público bastante significativo onde foi exibido, buscou-se entender de que maneira essa atração chegou a cada nação, pois, tratando-se de uma franquia, cada lugar teve certa autonomia para mostrar a culinária que lhe fosse interessante.

A pesquisa priorizou o recorte da América Latina para entender de que maneira uma franquia estrangeira – inglesa e de muito sucesso nos Estados Unidos – teve o nacional representado no programa por meio das preparações solicitadas pela produção aos competidores. Apesar dos questionamentos que podem surgir a respeito da origem dos alimentos e se eles são realmente representativos para a culinária de determinado país, essa tese partiu do princípio de que todos os pratos, ingredientes e preparações apresentadas no estudo a seguir foram denominados “nacionais” ou parte da “cultura nacional” por aqueles que os pediram, como os apresentadores e os jurados de cada edição do *MasterChef*. O motivo para isso foi, acima de tudo, verificar o que o “programa” entende por nacional e de que forma essas preparações foram situadas no tempo / espaço / história de cada país.

Da mesma maneira foi considerado o conteúdo internacional apresentado em cada edição. Todos os pratos e preparações solicitadas que foram relacionados à culinária francesa, inglesa, italiana, por exemplo, estão assim delimitados porque o mesmo foi feito pela produção de todos os programas analisados, mais uma vez, por meio dos apresentadores e jurados da atração.

Foram escolhidos como escopo de pesquisa os programas exibidos nos seguintes países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru. O recorte temporal não cabe aqui, a delimitação das edições se deu pela escolha das primeiras temporadas exibidas, por isso alguns países aparecem com uma edição e outros com duas.

O estudo mostra, em uma análise quantitativa e qualitativa, os pratos / ingredientes que aparecem no programa e que estão relacionados à culinária representativa de cada país e ao que é mencionado como culinária característica de outros lugares fora da América Latina.

Como observação, acrescenta-se que o México foi inserido na pesquisa, não por sua posição territorial – já que faz parte da América Central, mas por seu vínculo

histórico, econômico e cultural com a região, como afirma o CEPAL – Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe<sup>54</sup>.

A seguir, serão apresentadas a história de cada programa – com particularidades existentes em cada país, seus componentes fixos – e as mudanças que ocorreram ao longo das temporadas, e, finalmente, a pesquisa com o reconhecimento da culinária de cada país frente ao aparecimento da cozinha internacional.

### 4.3 Argentina

O *MasterChef* teve duas edições na Argentina, nos anos de 2014 e 2015. O programa foi produzido pela rede de televisão *Telefe*, em parceria com a *Eyeworks* – *Cuatro Cabezas*, com o formato sem nenhuma alteração em relação ao “original”. Os jurados das duas edições foram o argentino German Martitegui, o italiano Donato De Santis e o francês Christophe Krywonis; a apresentação ficou a cargo de Mariano Peluffo.

**Figura 26.** Apresentador e jurados do *MasterChef* Argentina



Da esquerda para direita: Mariano Peluffo, Donato De Santis, Christophe Krywonis e Germano Martitegui. Fonte: MASTERCHEF ARGENTINA, 2016, WEB

<sup>54</sup> Dados disponíveis em: <<https://nacoesunidas.org/agencia/cepal/>>. Acesso: mai/2018.

Tido como o primeiro *realiyy show* de culinária no país, não houve alteração dos jurados ou do apresentador durante as duas temporadas em que ficou no ar. O elenco foi mantido também na versão *Júnior*, que teve duas temporadas.

A análise dos episódios das duas temporadas do *MasterChef* na Argentina, na busca por traços que identifiquem a culinária local, mostra que existiu um certo equilíbrio em relação aos pratos solicitados nas provas a serem realizadas pelos participantes e, nos 17 episódios exibidos na primeira temporada (2014), pode-se ver que foi solicitada a preparação de oito comidas que são típicas do país ou que se tornaram suas representantes ao longo da história, como ilustra o Quadro 5.

**Quadro 5.** Culinária argentina na 1ª temporada do *MasterChef*

<i>Empanadas</i>	Originariamente árabes, mas ressignificadas e apropriadas como típicas pela culinária argentina
Carnes	Cortes de carnes típicos argentinos
Torta Rogel	Sobremesa característica do país que lembra um <i>alfajor</i> em tamanho grande
<i>Cazuela</i>	Ensopado que pode ser feito com diferentes tipos de carne ou peixe
<i>Tortilla de papas</i>	Torta feita com batatas, muito comum na Argentina
<i>Parrillada</i>	Assado típico argentino (a prova foi avaliada por um grupo de folcloristas tradicionais)
Vinho	Na videira em Mendoza, a prova solicitou a harmonização de pratos com vinho, produto argentino reconhecido internacionalmente
Culinária <i>norteña</i>	Em uma mescla de ingredientes e cultura indígena e espanhola, o pedido foi o preparo de comida típica

Fonte: Da autora, 2018.

Em relação à culinária estrangeira, notou-se a presença da italiana (em duas provas, sendo que em uma delas foi pedida a preparação de pizzas), a francesa (proposta por um jurado convidado e, depois, na preparação de um *petit gateau*) e a inglesa (com a presença do bife *wellington*).

Já a segunda temporada (2015) trouxe capítulos com menos desafios que solicitassem elementos argentinos para os competidores, como está descrito no Quadro 6.

**Quadro 6.** Culinária argentina na 2ª temporada do *MasterChef*

Salmão branco	Peixe nativo dos mares argentinos
Nhoque	Apesar da origem italiana, é consumido dia 29 de cada mês, de acordo com a tradição do nhoque da sorte <sup>55</sup> e a prova aconteceu por esse motivo
Animais selvagens	Com carnes de coelho e bode, os participantes deveriam se inspirar nas tradições e culinária regional
Vinhos	Prova para harmonização utilizando os vinhos <i>Malbec</i> e <i>Torontés</i>
Bife de <i>chorizo</i>	Corte de carne que consagrou a Argentina como referência em relação a carnes e churrasco <sup>56</sup>

Fonte: Da autora, 2018.

Em relação a culinária de outros países, o programa teve a apresentação de comidas estadunidenses (ovos beneditinos, *hambúrguer*), italianas (lasanha, risoto), japonesa (em uma prova de eliminação e um *besugo tataki* – um peixe à japonesa), francesa (omelete, *macaron*, cozinha tradicional para apresentação na embaixada francesa, profiteroles), alemã (*stake tartar*), do Oriente Médio, peruana (*ceviche*).

#### 4.4 Brasil

As duas edições (2014 e 2015) do programa analisadas nesta pesquisa foram exibidas pela TV Bandeirantes. Em um formato praticamente idêntico ao original, o *MasterChef* Brasil apresenta a diferença encontrada em outros países do continente, a presença de um apresentador para o programa, neste caso, a jornalista Ana Paula Padrão.

Os jurados designados para avaliação dos candidatos foram: o francês Erick Jacquin, a argentina Paola Carosella e o brasileiro Henrique Fogaça. Essa formação para a análise dos pratos apresentados pelos competidores se mostra interessante, pois há somente um brasileiro na bancada e isso pode ser um fator de influência na condução do conteúdo culinário apresentado na atração.

<sup>55</sup> Costume reproduzido em diversos países. A lenda surgiu, também, na Itália e conta a estória de São Pantaleão que pediu comida em uma casa e o casal, mesmo desconfiado, o convidou para comer somente o que tinham: nhoque. De acordo com a tradição, são servidas sete bolinhas de nhoque e deve-se colocar dinheiro embaixo do prato, o que representa os sete dias da semana e a fatura buscada por meio do trabalho. (DIÁRIO REGIONAL, 2016, WEB)

<sup>56</sup> FEED, 2016, WEB.

**Figura 27.** Apresentadora e jurados *MasterChef* Brasil



Da esquerda para direita: a apresentadora Ana Paula Padrão e os *chef's*: Henrique Fogaça, Erick Jacquin e Paola Carosella. Fonte: GUIA DA SEMANA, 2016, WEB.

Entre os episódios exibidos no Brasil, foi possível identificar que a culinária brasileira esteve presente em boa parte do programa, culinária essa que representa a mistura de povos: indígenas, portugueses e africanos, que, ao mesclar ingredientes e expediências, resultou em uma cozinha que tem como base o arroz, o feijão, a farinha de mandioca e o milho já na época imperial (ORNELLAS, 2008).

Além dos ingredientes nativos disponíveis – como frutas, legumes – algumas das provas às quais os competidores foram submetidos solicitavam a preparação de pratos tipicamente brasileiros ou de determinada região do país, como é possível observar na análise das duas temporadas.

Na primeira temporada – exibida em 2014, algumas provas chamaram a atenção no quesito brasilidade, como mostrado no Quadro 7, nele é possível observar que, dos 18 episódios que compuseram a primeira temporada, seis deles apresentaram a comida brasileira. Em relação à culinária internacional, houve a aparição de algumas delas: italiana (massa recheada), estadunidense (*hambúrguer*), francesa (*petit gateau*, prova da alta gastronomia – com ingredientes como lagosta, pato, trufa negra e *foie gras*), argentina (prova realizada na vinícola Mendoza e que prezava pela harmonização dos vinhos com os pratos elaborados pelos participantes) e oriental.

**Quadro 7.** Representatividade da culinária brasileira na 1ª temporada do *MasterChef*

Comida de boteco	Os pratos poderiam ser tradicionais ou sofisticados, lembrando alimentos como coxinha, batata frita, iscas de picanha, petiscos em geral
Torta de castanha-do-pará	Versão sofisticada apresentada pelo <i>chef</i> Alex Atala <sup>57</sup> , que deveria ser reproduzida pelos competidores
Moqueca	Cozido de peixe, frutos do mar, leite de coco, dendê e muitos condimentos
Chocolate	Apesar de ter sido descoberto no México, o chocolate é um dos produtos que se tornou representante da culinária nacional
Feijoada	Prato considerado o maior representante da culinária brasileira
Caranguejo	Presente e muito consumido no litoral brasileiro
Culinária paraense	Foram disponibilizados ingredientes como açaí, tapioca, banana da terra e tucupi.

Fonte: Da autora, 2018.

Já na segunda temporada do programa, os ingredientes e preparações solicitados aos participantes foram:

**Quadro 8.** Representatividade da culinária brasileira na 2ª temporada do *MasterChef*

Chocolate	Deveria ser a estrela do prato
Mandioca e derivados	Esse tubérculo é originariamente brasileiro e dele foram apresentados para a preparação de pratos: goma, farinha, tucupi, entre outros
Festa junina	Preparo de comidas típicas de festa junina: os competidores apresentaram pratos como polenta de milho, frango desfiado flambado na cachaça, milho assado, bombocado de fubá, sagu de quentão e arroz doce.
Culinária nordestina	Ingredientes como caju, cachaça, manteiga de garrafa, queijo coalho, feijão de corda, castanha de caju, maxixe, carne de sol e carne seca
Culinária amazonense	Trouxe costela de tambaqui e arroz de tucupi, tucunaré com arroz de jambu, tapioca com creme de cupuaçu e formigas, compota de cupuaçu com castanha e calda de açaí
Ingredientes brasileiros	Escolhidos pelo <i>chef</i> Henrique Fogaça e que representam sua cozinha

Fonte: Da autora, 2018.

Na segunda temporada também foram produzidos 18 episódios e, em cinco deles, houve a solicitação da produção de pratos representativos da culinária brasileira. Além disso, a culinária internacional esteve presente representada por países como:

<sup>57</sup> *Chef* que trabalha com a culinária brasileira.

- Itália: lasanha / massa, bife à *milanesa*
- França: creme *patissier*, prova de ingredientes (escolhidos pelos *chef's*)
- Alemanha: *stake tartare* (originário da Alemanha, mas difundido pelo mundo pelos franceses)
- Peru: *ceviche*, *sopa criolla* (carne, caldo, ovo e *aji*)
- Estados Unidos: prova do *food truck*
- Inglaterra: prova do *food truck*, bife *wellington*
- México: prova do *food truck*
- África: *pastilla* – torta de massa filo, recheada com carne
- Afeganistão: *kabuli pulai* – arroz de forno com castanhas
- Mediterrâneo: ingredientes escolhidos pelos *chef's* de acordo com seus tipos de cozinha
- Espanha: prova da Caixa Misteriosa

Ao ver esses vários países, pode-se considerar que o *MasterChef* Brasil, nessa segunda temporada, apresentou uma culinária mais internacionalizada, com pratos e ingredientes que mostram o que se come e o que se prepara no mundo todo.

#### 4.5 Chile

No Chile, o *Canal 13* ainda conta com o *MasterChef* em sua grade. O programa foi exibido em 2014, 2015 e 2017, sempre com apresentação de Diana Bolocco. O corpo de jurados, nas duas primeiras edições era de Yann Yvin – *chef* francês que possui restaurantes na França e no Chile; Ennio Carota – de nacionalidade italiana, Carota é conhecido do público pois apresenta programas no Chile e na Argentina; Christopher Carpentier é chileno - com trajetória reconhecida no país, atua em hotéis de Buenos Aires e Miami.

Na terceira temporada houve uma alteração que trouxe o *chef* Sergi Arola<sup>58</sup>, de nacionalidade espanhola que possui restaurantes no Chile, além de ser uma personalidade reconhecida de outros programas da televisão espanhola.

---

<sup>58</sup> Informações disponíveis em: <<https://labbysergiarola.com/pt/>>. Acesso em: mai/2018.

**Figura 28.** Jurados da 1<sup>a</sup> a 2<sup>a</sup> temporada do *MasterChef Chile*



Da esquerda para direita: Yann Yvin, Christopher Carpentier e Ennio Carota.  
Fonte: COOPERATIVA, 2016, WEB.

**Figura 29.** Apresentadora e jurados da 3<sup>a</sup> temporada do *MasterChef Chile*



Da esquerda para direita: Sergi Arola, Christopher Carpentier, Diana Bolocco e Ennio Carota.  
Fonte: MQLTV, 2018, WEB.

Nos 28 episódios da primeira temporada, foram propostas somente duas provas com pratos chilenos, como descrito no Quadro 9.

### Quadro 9. Representatividade da culinária chilena na 1ª temporada do *MasterChef*

<i>Empanadas</i>	Apresentadas como típicas também no Chile
Culinária tradicional chilena	Os candidatos prepararam pratos típicos como <i>aji de galiña</i> e <i>ceviche</i> de salmão

Fonte: Da autora, 2018.

Entre outras culinárias presentes na temporada estiveram a italiana (*pesto*), japonesa (*sushi*) e a francesa (em dois episódios).

Na segunda temporada, o número é reduzido para somente uma aparição de comida chilena, neste caso, de um ingrediente que está presente nos mares do país: um peixe espada chamado *albacora*.

Esses capítulos mostraram um certo equilíbrio na exibição das culinárias dos países, acrescentando alguns que não estiveram presentes no ano anterior, como um prato *surf and turf*<sup>59</sup>, que teve origem nos Estados Unidos.

Os diferenciais do *MasterChef* Chile, principalmente no ano de 2015, foram a indicação de preparações com vegetais e a aparição de ingredientes do mar. Uma prova curiosa foi realizada com a indicação de alimentos enlatados para que os competidores pudessem dar uma outra “cara” a esses ingredientes e fazer pratos “dignos do *MasterChef*”.

#### 4.6 Colômbia

A primeira edição do *MasterChef* Colômbia foi produzida e exibida pelo canal RCN<sup>60</sup> e contou com 18 episódios. Como jurados, o programa contou com a presença de Nicolás de Zubíria, natural de Cartagena – Colômbia, mas que iniciou seus estudos no Canadá; Jorge Rausch, colombiano que possui formação europeia; Paco Roncero, *chef* espanhol que possui restaurantes em vários países. Os três avaliadores dos competidores possuem restaurantes na Colômbia. Seguindo o padrão latino-americano, o *reality* tem um apresentador, neste caso, a apresentadora Claudia Bahamón.

<sup>59</sup> Combinação de ingredientes do mar (*surf*) e da terra (*turf*).

<sup>60</sup> MASTERCHEF CHILE, 2018, WEB.

**Figura 30.** Apresentadora e jurados da 3ª temporada do *MasterChef* Colômbia



Da esquerda para direita: Paco Roncero, Nicolás de Zubíria, a apresentadora Claudia Bahamón e Jorge Raush. Fonte: FAMOSOS NA WEB, 2018, WEB.

Uma inovação no formato produzido na Colômbia é o confinamento dos cozinheiros amadores, que são levados para uma casa e ficam em contato o tempo todo durante o programa. O dia a dia da casa faz parte da atração e mostra a interação dos participantes, a rotina e os momentos de descontração. No ano de 2015, o canal apresentou duas temporadas do programa com participantes amadores e a versão *Júnior*. Já em 2018, a RCN apostou na edição *Celebrity*, com participantes famosos no país, como cantores, atores, modelos e até influenciadores digitais.

Durante os 18 episódios exibidos na primeira temporada, houve a presença da culinária colombiana, como pode ser visto no Quadro 10.

**Quadro 10.** Culinária colombiana na 1ª temporada do *MasterChef*

<i>Empanadas</i>	São consideradas típicas do país, assim como na Argentina
<i>Buñuelos</i>	Muito comuns também no México, são bolinhos de massa frita, passados no açúcar e canela. Fazem parte das festividades natalinas no país
Culinária tradicional <i>costeña</i>	Os competidores apresentaram pratos com <i>patacón</i> (banana da terra verde), arroz com côco e <i>mohara</i> (peixe)
<i>Ceviche</i>	Tradicional no país, assim como no Peru
<i>Íbia</i>	Um tubérculo nativo da Colômbia que deveria ser usado nos pratos

Fonte: Da autora, 2018.

Quanto à presença de culinárias estrangeiras, constatou-se a aparição da chilena (carne de cordeiro do Chile), espanhola (*paella*), estadunidense (*hambúrguer*), inglesa (*cupcake*), italiana (risoto, lasanha), do Oriente Médio (*mosaca*), peruana (*ceviche*), tailandesa (sopa). É um número significativo, principalmente considerando a quantidade de pratos colombianos apresentados na atração.

#### 4.7 México

A primeira temporada do programa foi exibida na *TV Azteca* no ano de 2015 e contou com a apresentação de Anette Michel. Os jurados são todos nascidos no país: Betty Vázquez, Benito Molina Dubost e Adrián Herrera Díaz, *chefs* que possuem restaurantes no México e que têm como princípio na cozinha o uso de ingredientes e a confecção de pratos que representem o México.

**Figura 31.** Apresentadora e jurados *MasterChef* México



Da esquerda para a direita: a apresentadora Anette Michel e os jurados Betty Vázquez, Adrián Herrera Díaz e Benito Molina Dubost. Fonte: TV AZTECA (a), 2016, WEB.

A edição mexicana possui alguns diferenciais em relação às versões produzidas e exibidas em outros países da América Latina: existe um confinamento dos participantes, que devem ficar na casa do *MasterChef* até serem eliminados; a final foi composta por 3 candidatos, geralmente feita com dois competidores (nas edições inglesa, americana, brasileira, por exemplo); *chefs* convidados ministram aulas para os competidores

buscando mostrar pratos mexicanos clássicos que passam pelo processo de modernização para chegar aos restaurantes.

Durante a primeira temporada (2015) foi solicitado aos participantes que cozinhassem pratos mexicanos como descrito no Quadro 11.

**Quadro 11.** Culinária mexicana na 1ª temporada do *Masterchef México*

Produtos mexicanos	Caixa misteriosa com ingredientes que representam o país, como <i>nopal</i> , <i>piloncillo</i> (rapadura), <i>chile poblano</i>
<i>Mole</i>	Molho ser feito com um grande número de ingredientes, entre eles, os <i>chiles</i>
<i>Tortilla</i>	Substituta do pão, é tradicionalmente feita com farinha de milho branca grossa, é a massa base para a produção das <i>enchiladas</i>
<i>Enchilada</i>	Tem o formato de uma panqueca comum, no entanto, é feita de farinha de milho, o que confere sua característica mexicana
<i>Tostada</i>	São salgadas, derivam das <i>tortillas</i> , com o diferencial que, para as tostadas, são fritas até ficarem crocantes. Geralmente comida com pasta de feijão, <i>chile</i> e queijo
<i>Aguachile</i>	O prato clássico é feito com água, <i>chile</i> e camarões frescos. Atualmente existem muitas releituras, como o <i>aguachile</i> feito com carne
<i>Chile</i>	Diversificadas pimentas que são tradicionais na cozinha mexicana. Na prova em questão, deveriam ser apresentadas como a estrela do prato
<i>Comida corrida</i>	São os três tempos do <i>menu</i> mexicano: entrada, prato principal e sobremesa
<i>Nopales</i>	Cactos que fazem parte da alimentação do mexicano
<i>Chocolate</i>	Descoberto no México
<i>Huevos de chinche de agua</i>	Também chamado de “caviar mexicano”, essa iguaria vem de uma espécie de percevejo, tem grande quantidade de proteína e seu consumo remonta da época pré-hispânica, com uso intenso feito pelos indígenas
<i>Burritos</i>	Diferentemente das <i>tortillas</i> , levam a farinha de trigo na massa
<i>Chiles relleños</i>	São as pimentas características do país assadas, recheadas com feijão, carnes, queijo, etc
<i>Garnachas</i>	<i>Tortillas</i> de espessuras mais grossas
<i>Tacos</i>	Aula de desconstrução de <i>taco</i> de lagosta
Caldo de camarão estilo cantina	
<i>Mixiote</i>	Técnica pré-hispânica de preparação de carnes enroladas em uma folha especial para serem cozidas em um buraco feito na areia

Fonte: Da autora, 2018.

Ao todo foram 17 preparações e/ou ingredientes mexicanos mostrados em um total de 17 capítulos, o que mostra a representatividade da culinária do país dentro do *MasterChef*. As outras provas versaram sobre comida vegetariana (que remete à cultura alimentaria mexicana, pois vêm da *milpa*, uma forma de plantação sob a água, muito comum em comunidades afastadas), café da manhã e a criação de um *menu* completo na final do programa.

Um ponto importante é que não há tanta referência à culinária internacional. Há uma grande preocupação por parte do programa em mostrar os produtos encontrados no ecossistema mexicano, como os peixes, mariscos, além dos vegetais e pratos tradicionais do país, assim como mostrar alguns pratos que foram concebidos na época pré-hispânica.

Por isso, há que se destacar que, durante a exibição dos programas *MasterChef* México, houve constante indicação aos participantes da importância de mostrar a culinária mexicana nos pratos produzidos, sempre com o objetivo de ressaltar a diversidade mostrar as riquezas gastronômicas que o país possui.

#### **4.8 Peru**

O *MasterChef* pioneiro na América Latina foi exibido no Peru em 2011, pelo *Canal 21*. O apresentador foi Gastón Acurio – bastante conhecido na gastronomia peruana e mundial por ser um *chef* entusiasta da culinária local e promover e divulgar as tradições do país. Para julgar os competidores, foram convidados Astride Gutsche – alemã, de formação europeia na escola *Le Cordon Bleu*, reconhecida por seu talento em confeitaria; Renato Peralta – peruano e discípulo de Acurio, formado na *Le Cordon Bleu Peru*; e Mitsuharu Tsumura – peruano, mescla elementos do país com a culinária japonesa.

**Figura 32.** Apresentador e jurados do *MasterChef* Peru



Da esquerda para direita: Mitsuharu Tsumura, Gastón Acurio, Renato Peralta e Astride Gutshe.  
Fonte: EL COMERCIO, 2011, WEB.

O desenvolvimento do programa peruano se dá de maneira bem distinta dos outros *Masterchef*'s apresentados no continente, o que pode ser visto no discurso de Acurio logo no primeiro episódio:

Nós, peruanos, nos sentimos orgulhosos e felizes com nossa cozinha, orgulhosos dos produtos que nos oferece nossa exuberante biodiversidade. Mas essas tradições, centenas de pratos que irão nos falar de séculos dessa mestiçagem que nos define como nação. E, claro, orgulhoso do momento que vive nossa cozinha, que começa a ser reconhecida no mundo. Porém, as batalhas que estão por começar não são nada fáceis; seguir reconhecendo o trabalho dos camponeses, defender nossa biodiversidade e, claro, fazer com que nossos cozinheiros não somente cozinhem muito bem, mas que possam representar com honra e profissionalismo a nossa cozinha. (ACURIO, 2011, tradução nossa<sup>61</sup>)

Como a maioria dos episódios não está disponível *online*, a busca por comida peruana no programa se deu nas páginas do programa que ainda estão ativas no *Twitter* e no *Facebook* (Figuras 33 e 34). Durante a exibição da atração, a produção atuou de

<sup>61</sup> Do original: “*Los peruanos nos sentimos orgullosos e felices con nuestra cocina, orgullosos de los productos que nos ofrecen nuestra exuberante biodiversidad. Pero estas tradiciones, cientos de platos que nos irá hablar de siglos por esta mestizaje que nos define como nación. Y, por supuesto, orgulloso del momento que vive nuestra cocina que empieza a ser reconocida en el mundo. Sin embargo, las batallas que quedan por librar no son nada faciles: seguir reconociendo el trabajo de los campesinos, defender nuestra biodiversidad y, por supuesto, hacer que nuestros cocineros no solamente cocinen rico, si no que se puedan representar con honor e profesionalismo a nuestra cocina*”. (ACURIO, 2011).

maneira bastante ativa, comentando o que aconteceu em cada episódio e delineando cada prova a que eram submetidos os participantes – o mais importante para esta análise.

**Figura 33.** Página do *MasterChef* Peru no *Facebook*



Fonte: FACEBOOK MASTERCHEF PERU, 2016, WEB.

**Figura 34.** Página do *MasterChef* Peru no *Twitter*



Fonte: TWITTER MASTERCHEF PERU, 2016, WEB.

O Peru teve a primeira experiência de ter o *MasterChef* em sua programação em todo o continente, no entanto, a atração não passou de 15 episódios e teve apenas uma temporada. Durante os meses em que ficou no ar, ele levou aos participantes desafios que versaram, em sua maioria, sobre a culinária peruana, bem como os ingredientes originários e mais utilizados no país.

De acordo com o Quadro 12, em 15 episódios, houve a solicitação da produção de pratos peruanos em 15 deles, ou seja, praticamente uma preparação nacional por capítulo. Houve outras provas que versaram em torno de restaurantes, da produção de *menus*, inspirada em emoções (loucura, modéstia, nostalgia, paixão e amor), mas, em sua maioria, os ingredientes e a culinária do Peru foram destaque.

Existe somente uma referência a uma culinária estrangeira: os *tacos*, que são reconhecidamente mexicanos. Essa é a única alusão a outro tipo de comida que apareceu no *MasterChef* Peru.

**Quadro 12.** Representatividade da culinária peruana no *Masterchef*

<i>Cebolla Arequipeña</i>	Arequipa é a produtora nacional de cebolas
<i>Ceviche</i> (Solicitado em duas provas)	Original do país, é feito com peixes ou frutos do mar, cítricos e pimenta
Biodiversidade peruana (Solicitada em duas provas)	Destaque para os ingredientes encontrados no país
<i>Papas nativas</i>	Pratos com a batata como protagonista
Cozinha do norte, amazônica ou <i>chifa</i> <sup>62</sup>	Os participantes deveriam fazer pratos de uma dessas cozinhas
<i>Terminal pesqueiro</i>	Os peixes foram comprados no <i>Terminal de Isla Maria</i> , tradicional mercado que conta com pescadores artesanais do mar peruano
<i>Aji de gallina</i>	Um prato feito com frango e <i>aji</i> – uma espécie de pimenta
<i>Picarones</i>	Uma sobremesa frita, feita com batata-doce, abóbora e farinha de trigo
<i>Tiradito</i>	Lascas de peixe (linguado) cru com um molho preparado com <i>aji</i> , vinagre, limão, azeite e temperos
<i>Lomo Saltado</i>	Um dos pratos mais representativos da culinária peruana, feito na frigideira, com carne de vaca, tomate, cebola e condimentos
<i>Pie de Lemón</i>	Sobremesa reconhecida como uma das representantes do país
Prato tradicional peruano	Os participantes deveriam cozinhar um prato tradicional
<i>Palta</i>	<i>Palta</i> (abacate) deveria ser o principal ingrediente para preparar um prato tradicional

Fonte: Da autora, 2018.

<sup>62</sup> A cozinha *chifa* é resultado da fusão entre a culinária japonesa e a peruana, com uma mistura de ingredientes, técnicas e pratos. (LANZUOLO, 2016, WEB).



No próximo capítulo, uma “conversa” sobre os dados aqui apresentados com uma análise de alguns quesitos considerados importantes em relação à comida e à comunicação.





---

## LICOR DE JABUTICABA E UM DEDO DE PROSA

### 5 Considerações parciais

---

*A mesa teatraliza e serve, assim, de paradigma do ordenamento do social no resto da vida cotidiana. Pode-se mesmo dizer que, pelo fato de a mesa exprimir, por meio dos ritos, a harmonia cósmica, ela permite a comunicação.*

*(...)*

*Os modos à mesa, os ritos e as regras que presidem o desenrolar do fato culinário remetem à magia, à religião e ao cosmo. É nesse sentido que se pode falar, a seu propósito, de elo de comunicação específica.*

**Michel Maffesoli**



No Capítulo 4, estão dispostos dados obtidos das edições do programa *MasterChef* exibidas nos países da América Latina, trata-se de uma grande quantidade de informação, tanto que cada exibição – até mesmo cada episódio – renderia uma análise aprofundada sobre comunicação, comida, mídia de massa, identidade, enfim, uma infinidade de temas oriundos do que pôde se observar nessas produções.

Por conta disso, optou-se por delinear algumas discussões acerca dos assuntos abordados neste trabalho. Essas conversas versarão sobre aspectos encontrados nos programas que chamaram mais a atenção e que dizem respeito à comunicação, identidade, relações de poder, hegemonia e legitimação, tudo isso lido nas entrelinhas de um dos *realities shows* mais vistos no mundo.

## 5.1 O que a comida diz

Em um estudo realizado com mulheres polonesas americanas, Hauck-Lawson (1998) observou essas pessoas, seus hábitos alimentares e conversou com elas durante a preparação, o consumo e a celebração da qual a comida fazia parte. O objetivo da pesquisadora era entender de que maneira a alimentação – e todo o processo que existe em torno dela, atuava de maneira simbólica, com especificidades de acordo com cada grupo ou família, bem como ouvir a “voz da comida”. O resultado foi a emergência de uma voz forte, que lhe disse muito sobre alguns assuntos, entre eles estavam: “(...) comunidade, identidade étnica, economia, saúde e nutrição, gênero e papéis sociais e tradições e costumes alimentares”<sup>63</sup> (HAUCK-LAWSON, 1998, p. 22). Como a pesquisadora é da área da nutrição, suas conclusões giraram em torno de questões da saúde, priorizando a análise dos hábitos alimentares para a melhora da alimentação de um grupo, por exemplo.

Mas, no que diz respeito a essa pesquisa, o estudo de Hauck-Lawson (1998) chama a atenção justamente pelo seu título – *When food is the voice*, pois busca ouvir a voz da comida e entender, a partir dela, o entorno no qual essa se apresenta. Sendo assim, tomando as palavras da autora, “emprestar um ouvido sensível à voz da comida pode fornecer indicações sobre o efeito da biologia e fatores sociais sobre o bem-estar de uma

---

<sup>63</sup> Tradução nossa. Do original “[...] *community, ethnic identity, economics, health and nutrition, gender and social roles, and food traditions and customs.*”.

peessoa e revelam muito mais envolvimento emocional nos alimentos do que pode ser comumente considerado e aplicado na prática.”<sup>64</sup> (HAUCK-LAWSON, 1998, p. 27). Dessa forma, a autora mostra indícios consistentes de que o comer não é apenas um ato – como já foi mostrado nos capítulos anteriores desta pesquisa, mas reitera que a comida pode contar muito mais do que se imagina: ela produz informações, possui enorme complexidade principalmente se observada dentro de um contexto específico, e, finalmente, estabelece-se como um canal de extremo poder no que tange à expressão de significados (HAUCK-LAWSON, 1998), o que, neste caso, optou-se, por bem, chamar de comunicação.

O estudo de Hauck-Lawson foi uma das bases para a “comida narrativa” – já mostrada no Capítulo 3 - da psicóloga Denise Amon, que reforçou o argumento de que a comida pode ser uma contadora de histórias, por meio da análise de receitas de sua família e de *menus* de um bistrô, onde pôde participar do dia a dia e conhecer o cotidiano de uma cozinha profissional. Por meio de suas vivências na cozinha e na pesquisa, a autora chegou à conclusão de que

A comida constitui um conjunto de saberes sociais, não apenas no que concerne às técnicas e aos processos de arrecadação, preparação, distribuição, consumo e descarte, mas, sobretudo, porque é expressão de saberes do senso comum mais abarcativos e mais profundos a respeito das pessoas, suas vidas, modos de ser, sentir e pensar o mundo e suas relações sociais. (AMON, 2014, p. 182)

Os saberes sociais aos quais Amon se refere são essenciais para compreender o importante papel que a comida desempenha na sociedade, seja por seu caráter biológico – todo homem precisa se alimentar para sobreviver, seja por todo o entorno de complexidade que a envolve, como os quesitos apontados por Hauck-Lawson (1998) anteriormente. Assim, quando a autora afirma que a comida é expressão, trata-se, mais uma vez, de uma forma de comunicar.

Até aqui, entende-se que a comida tem voz e produz uma narrativa, mas, para exemplificar seu significado e ressignificações, lança-se mão da teoria da Folkcomunicação, mais propriamente do objeto de estudo responsável por sua origem: os ex-votos. O processo observado por Luiz Beltrão na década de 1970 mostrou-se mais à

---

<sup>64</sup> Tradução nossa. Do original: “*Lending a sensitive ear to the food voice may provide insights into the effect of biology and social factors on a person's well being and may reveal far more emotional involvement in food than may be commonly considered and applied in practice.*”.

frente da comunicação oral ou da escrita, o que o jornalista e pesquisador fez foi tentar entender o que aqueles objetos queriam dizer. De certa forma, Beltrão ouviu a voz dos ex-votos e foi capaz de lê-los para compreender seu contexto e atestar sua funcionalidade diante das situações que buscavam representar.

Para elaborar a teoria, Beltrão atentou-se a uma forma diferente de comunicar que sempre existiu, mas que foi abafada por conta da grande expansão dos meios de comunicação de massa à época. O autor afirmou que tratava-se de “um vocabulário escasso e organizado dentro de grupos de significados funcionais próprios.” (BELTRÃO, 2004, 38-39), modos esses que podem ser vistos até hoje, não com a dicotomia urbana e rural tão em evidência como foi a partir do final da década de 1960, mas que envolve as instâncias de poder comunicacional vigente, os grandes conglomerados de comunicação e mesmo aqueles que não têm acesso aos meios alternativos para se informar.

Cabe dizer que a existência de um processo folkcomunacional em relação aos ex-votos foi percebida, como ainda é nos estudos realizados atualmente, e que não se trata de um grito que se dá por meio dos objetos. As cruces instaladas nas rodovias por conta da morte um ente querido, acaba figurando como uma homenagem, uma forma de relembrar a pessoa que já faleceu; da mesma forma estão os ex-votos oferecidos em retribuição a uma graça alcançada – é um pagamento de promessa – ambos os exemplos mostram que, não necessariamente, seus emissores tenham tido a intenção de comunicar algo, mas esses objetos, por suas cargas simbólicas, pelo conhecimento compartilhado entre as pessoas que os observam, possibilitam uma leitura aprofundada que dá, assim como aconteceu com a comida, indicativos de realidades que são, na verdade, muito maiores do que os objetos ou ato em si.

Um outro exemplo está no livro *Elogio de la basura*, de Fernando Gil Villa. Apesar do autor fazer uma análise sociológica do papel dos catadores na chamada “cultura do lixo”, ele ainda faz uma referência à leitura do lixo, ou seja, o que os objetos e a forma como se encontram no lixo de uma pessoa podem dizer sobre seus hábitos, situação econômica, pois “O lixo não apenas reflete o mundo externo, a realidade caótica que nos desafia como o horizonte eterno, mas também o mundo interno e, nesse sentido, retorna para deixar uma marca nos processos de identidade.”<sup>65</sup> (VILLA, 2007, p. 116). Dessa forma, Villas deixa claro que o lixo atua como uma amostra do que cada indivíduo traz

---

<sup>65</sup> Tradução nossa. Do original: “*La basura no solo refleja el mundo exterior, la realidad caótica que nos desafia como el eterno horizonte, sino también el mundo interno y en este sentido, vuleve a dejar una marca em los procesos de identidad.*”

externa e internamente, sendo esse segundo item muito mais significativo, levando em consideração a individualidade e o caráter íntimo que o envolve.

E é do mesmo modo que, nesta pesquisa, vê-se a comida: não é algo que grita, não é somente para comer, na maioria das vezes não se trata de uma comunicação intencional, ela possui vários processos que a envolvem e, por meio deles, é possível compreender muito além dos ingredientes que estão envolvidos em determinada preparação. Tais processos foram observados por Michel de Certeau, que afirma que “As práticas culinárias se situam no mais elementar da vida cotidiana, no nível mais necessário e mais desprezado.” (CERTEAU, 1966, p. 218), ou seja, trata-se de um algo tão banal ou natural, que já se perdeu a reflexão sobre o ato de comer e, até mesmo, sobre as mudanças que aconteceram ao longo do tempo – como mostrado no Capítulo 2.

Se a comida já diz muita coisa apenas quando está nos pratos nas casas e nos cotidianos da sociedade, quando ela está presente em um meio de comunicação de grande alcance – como a televisão – essa voz se expande e pode mostrar o que está nas entrelinhas para as pessoas. Com base nos dados vistos no capítulo anterior, se buscará verificar o que a comida nos diz sobre as representações apresentadas no *MasterChef* na América Latina.

## 5.2 Cenário midiático

A exibição dos programas adaptados à realidade latino-americana teve nuances que merecem uma observação, não somente pelo conteúdo, mas pela permanência – ou não – da atração nas grades das televisões.

Um dos países que fez alterações significativas foi a Argentina, país que deixou de produzir o *MasterChef* por conta dos altos custos para manter a franquia<sup>66</sup>, que devem ser pagos em dólares, diferentes dos pesos, moeda corrente do país. Uma alternativa encontrada pelo canal foi a criação de um novo programa, buscando manter a mesma audiência significativa que o *MasterChef* trouxe<sup>67</sup>.

Chamado de *Dueños de la Cocina*, o novo *reality* tem estrutura bastante parecida com seu antecessor: foram mantidos dois dos jurados da franquia inglesa (Donato De

---

<sup>66</sup> FORMULA TV, 2016, WEB.

<sup>67</sup> De acordo com uma crítica publicada na época da estreia, o programa foi o terceiro mais visto na televisão argentina, representando 10,4 pontos na audiência. (MAITE, 2014, WEB)

Santis e Christophe Krywonis) e, para compor o trio, foi convidada a *chef* argentina Narda Lopes; os participantes são amadores e passam por provas para saberem que é, ao final, o *dueño de la cocina*.

A produção argentina foi realizada em 2016 e chamou a atenção pela similaridade com o *MasterChef*, principalmente pela arte criada para o novo produto, como pode ser visto na Figura 35.

**Figura 35.** Comparação entre logos dos programas exibidos pela *Telefe*



Fonte: FORMULA TV, 2016, WEB.

A segunda edição aconteceu em 2017 e não foi tão satisfatória quanto a estreia do *reality*, foram 2.6 pontos a menos na audiência em relação ao ano anterior, que chegou a atingir máximas de 24 pontos<sup>68</sup>. Do mesmo modo, houve uma reformulação do logotipo, como pode ser observado pelo *banner* (Figura 36) que ilustra a página do programa na *internet*.

**Figura 36.** *Dueños de la Cocina*



Fonte: DUEÑOS DE LA COCINA, 2018, WEB.

<sup>68</sup> EL DIA, 2017, WEB.

Sendo assim, a Argentina não possui mais a franquia do *MasterChef* e optou pela criação de um formato próprio que, de acordo com os índices de audiência, não caíram no gosto do público. Isso demonstra que o formato de *reality show* com competidores envolvendo a culinária pode representar um formato já desgastado para os telespectadores do país.

O modelo, que parece não ter agradado o público na Argentina, tem uma história um pouco diferente no Brasil. A primeira temporada do *MasterChef* chegou ao país no ano de 2014 e, desde então, vem sendo produzido ininterruptamente: ao todo foram duas temporadas do *MasterChef Profissionais*, uma versão *Júnior* e cinco da versão de cozinheiros amadores. Em 2017 a produção contemplava 75% da grade<sup>69</sup>, o que demonstra uma grande dependência da emissora em relação ao formato.

Uma iniciativa interessante proposta pelo programa brasileiro é o uso de várias mídias para chegar ao público: há a televisão, com um programa que se chama *MasterChef – A prévia*, comentando o que aconteceu nos episódios anteriores, com entrevistas dos participantes que deixaram a competição, preparação de pratos etc; a *internet* é uma grande aliada na divulgação com o *site* do programa, que é alimentado frequentemente, o canal no *YouTube* – onde são disponibilizadas todas as temporadas com episódios na íntegra, e o uso maciço das redes sociais (*Facebook*, *Twitter*), que possuem um papel muito importante.

As redes sociais são acionadas simultaneamente ao programa exibido na televisão, o que significa que é possível “assistir” aos episódios acompanhando as publicações nas redes sociais e, com isso, saber o que acontece em tempo real. Os telespectadores têm seus comentários publicados em redes sociais exibidos junto com o programa de televisão, assim como enquetes que são realizadas para saber a preferência em relação a um participante ou a determinado desfecho. Além disso, as redes são alimentadas quando não é dia de exibição, justamente para chamar ou interagir com o público, não deixando que o programa seja esquecido.

Um caso que chamou a atenção foi a divulgação dos vencedores das edições de 2015 e 2018. Em parceria com uma operadora de celular, a emissora Bandeirantes decidiu informar primeiro aos internautas sobre quem seria o ganhador do *reallity* em 2015, quando o anúncio foi feito pelo *Twitter*. A justificativa dada pela apresentadora foi que a

---

<sup>69</sup> STYCER, 2017, WEB.

participação pelas redes sociais mostrou a crescente força<sup>70</sup> dessa interatividade e a participação popular foi recompensada com a informação em primeira mão.

**Figura 37.** Vencedora da 2ª edição do *MasterChef* Brasil



Fonte: TWITTER MASTERCHEF BR, 2015, WEB.

Em 2018 houve mais uma integração entre as mídias, desta vez, com a escolha do público, que poderia decidir em qual das redes sociais (*Facebook*, *Instagram* ou *Twitter*) seria anunciado o nome do vencedor. O resultado foi o *Twitter*, que já havia sido um dos protagonistas da final do programa em 2015.

<sup>70</sup> O engajamento de internautas chegou a mais de 1,5 milhões de menções no *Twitter*, além de ficar em primeiro lugar nos *trending topics* mundiais na mesma rede social (RÁDIO BANDEIRANTES, 2015, WEB).

**Figura 38.** Enquete para anúncio do vencedor nas redes sociais



**MasterChef Brasil** com TIM Brasil. 31 de julho às 15:55 · Conteúdo pago ·

Contagem regressiva para a grande final. O pessoal já tá votando em qual rede social eles querem conferir o anúncio do vencedor antes da TV. Vote rapidinho! É só comentar aqui usando a hashtag #QueroFace, #QueroInsta ou #QueroTwitter. A nossa parceira TIM Brasil, que manja tudo de rede social, vai mostrar o campeão do #MasterChefBR em primeira mão. #TIMControle #TIMChef

Em qual rede social você quer ver o anúncio do campeão, antes da TV?  
**#QUEROFACE #QUEROINSTA #QUEROTWITTER**

828 1,3 mil comentários 57 compartilhamentos 24 mil visualizações

Fonte: FACEBOOK MASTERCHEF BRASIL, 2018, WEB.

**Figura 39.** *Twitter* é o vencedor da enquete para o anúncio antes da TV



**MasterChef Brasil** @masterchefbr · 31 de jul

A @TIMBrasil quer saber: em qual rede social a gente deve postar, antes da TV, o anúncio do grande vencedor do #MasterChefBR? Vote! #TIMChef #TIMControle

Em qual rede social, você quer descobrir antes da TV, quem vai vencer o MasterChef?

Vote:  
**#QUEROTWITTER**  
 #QUEROFACE  
 #QUEROINSTA

87% #QueroTwitter  
 2% #QueroFace  
 11% #QueroInsta

1,927 votos · Resultado final

Fonte: TWITTER MASTERCHEF BR, 2018, WEB.

Mesmo com todo o arsenal midiático à serviço da produção brasileira, a atração viu os índices de audiência irem caindo ao longo dos quatro anos em que está no ar, como pode ser visto na Figura 40.

**Figura 40.** Audiência do *MasterChef* Brasil

MasterChef 1ª temp (2014)	- 3,9 pontos e 7,8% de share
MasterChef 2ª temp (2015)	- 6,5 pontos e 12,7%
MasterChef Júnior (2015)	- 5,7 pontos e 10,9%
MasterChef 3ª temp (2016)	- 5,4 pontos e 10,4%
MasterChef Prof. (2016)	- 6,9 pontos e 12,9%
MasterChef 4ª temp (2017)	- 5,5 pontos e 10,7%
MasterChef Prof.2ª (2017)	- 4,8 pontos e 8,9%
MasterChef 5ª temp (2018)	- 4,5 pontos e 8,7%

Fonte: Kantar Ibope Media

Fonte: FELTRIN, 2018, WEB

Mas os indicativos da falta de interesse por parte da audiência<sup>71</sup> não foram motivo suficiente para o cancelamento, pelo contrário, a emissora pensa em reformulação. O formato, mesmo com os índices abaixo do esperado, foi disputado com outros canais devido ao sucesso de público e de patrocinadores<sup>72</sup>. Por isso, a TV Bandeirantes renovou a parceria com a detentora dos direitos, a *Endemol*, e poderá manter o programa por mais três anos, até 2021.

Antes mesmo do término da quinta temporada para cozinheiros amadores do *MasterChef* Brasil, começou a convocação dos profissionais, que podem se inscrever para a próxima edição que será exibida no segundo semestre de 2018.

**Figura 41.** Banner para inscrição no *MasterChef Profissionais*



Fonte: MASTERCHEF BRASIL, 2018, WEB.

<sup>71</sup> De acordo com o IBOPE, o programa é o quinto mais visto na grade da TV Bandeirantes. (VAQUER, 2018, WEB).

<sup>72</sup> FRANDOSO, 2017, WEB.

No Chile, o formato persiste, embora com dificuldades. O programa finalizou sua terceira temporada com altos índices de audiência<sup>73</sup>, liderando no horário em que foi exibido e ganhando<sup>74</sup> do principal concorrente – outro *reality show* chamado *Doble Tentación*<sup>75</sup>, exibido pelo canal *Mega*, na verdade, ele tem a peculiaridade de começar em um nível mediano e alcançar melhores posições frente aos concorrentes ao final<sup>76</sup>.

No entanto, mesmo com a boa resposta do público, não é certeza que o *MasterChef Chile* tenha uma nova edição em 2018. A produção do programa afirma ter tido dificuldades por conta da troca de jurados – acontecida da segunda para a terceira temporada, redução de equipes a pedido do *Canal 13*, diminuição de recursos, além do aumento da competição no horário em que era exibido, o que traduz um cenário não tão promissor para a produção de uma nova temporada.

Outro ponto considerado como um empecilho foi o vazamento de informações, já que o programa é gravado e sofre com as especulações a respeito dos acontecimentos. Uma alternativa encontrada foi enviar os finalistas para Lisboa, para que estivessem longe dos holofotes até às últimas gravações.

De acordo com depoimentos do produtor Sergio Nakasone, o *MasterChef Chile* é um programa que se supera sempre – pelos participantes, pelas provas, o que resulta em uma atração que precisa alcançar as altas expectativas do público, que são elevadas a cada edição. Por isso, “Na medida como segue a TV vai ser mais difícil seguir fazendo programas como *MasterChef*. Queremos realizar uma quarta temporada, mas vamos ver se dá.”<sup>77</sup> (ESPINOZA, 2017, WEB). Se o *MasterChef Chile* encerrar as atividades, terão sido três temporadas da edição para amadores e uma versão *Júnior*.

Na Colômbia, o programa conta com quatro temporadas e começou a ser exibido em 2015. Foram duas edições para amadores, uma para *Júnior* e a mais recente – em andamento – *Celebrity*, que conta com participantes famosos. As temporadas da versão para cozinheiros amadores é exibida pela TV por assinatura no Brasil pelo canal TLC<sup>78</sup>.

---

<sup>73</sup> CHILE, 2017, WEB.

<sup>74</sup> TODO TV NEWS (b), 2017, WEB.

<sup>75</sup> Formato espanhol de um *reality show* onde casais testam seus relacionamentos durante a temporada. Informações em: <<http://www.mega.cl/programas/doble-tentacion/>>. Acesso em: mai/2018.

<sup>76</sup> CAAMAÑO, 2017, WEB.

<sup>77</sup> Tradução nossa. Do original: “En la medida de cómo sigue la TV va a ser mas difícil seguir haciendo programas como *Masterchef*. Queremos realizar una cuarta temporada pero vamos a ver si da.”.

<sup>78</sup> HOLGUÍN, 2015, WEB.

**Figura 42.** Divulgação do *MasterChef Celebrity* Colômbia



Da esquerda para direita: Jorge Raush, a apresentadora Claudia Bahamón, Nicolás de Zubíria e Chris Carpentier. Fonte: CANAL RCN, 2018, WEB.

**Figura 43.** Elenco do *MasterChef Celebrity* Colômbia



Fonte: PUBLIMETRO COLOMBIA (a), 2018, WEB.

Foram praticamente três anos entre a última exibição da atração e essa nova temporada, em 2018. Mas o programa nunca foi um dos grandes atrativos da televisão colombiana, isso se deve a três motivos listados pelo *site* TKM em 2016<sup>79</sup>: a não tão boa reputação do canal RCN<sup>80</sup> - que acaba perdendo audiência para sua maior concorrente, a *Caracol*; o conteúdo não é tão próximo ao público – o enfoque na competição e na

<sup>79</sup> TKM, 2016, WEB.

<sup>80</sup> Existem dois grandes grupos que comandam e disputam a audiência televisiva da Colômbia: “(...) o grupo Santo Domingo, proprietário da Caracol Televisión, e o grupo Ardila Lulle, dono da RCN Televisión.” (HOLZBACH, 2017, p. 141).

capacidade técnica dos participantes foge do que está no gosto dos colombianos: a convivência e a intimidade entre os participantes; a concorrência com os outros programas exibidos no mesmo horário.

Isso explica o fato do formato do país priorizar a casa onde os participantes ficam confinados, tal inovação – já citada no capítulo anterior, reforça a necessidade do público em ver o que acontece nos bastidores, além da relação que se estabelece – ou não – entre os cozinheiros amadores. Outra justificativa no investimento da atual produção pode remeter à opção da audiência, que gostaria de ver e conhecer mais os famosos, que são colocados fora de seu ambiente e precisam conviver durante a temporada de exibição do programa.

Porém, de acordo com os *rankings* de audiência, o *MasterChef* Colômbia ainda precisa caminhar muito para chegar ao topo, como pode ser visto na Figura 44.

**Figura 44.** Audiência na estreia do *MasterChef Celebrity* Colômbia



Fonte: PUBLIMETRO COLOMBIA (b), 2018, WEB.

O mais recente acontecimento que pode ser indicado como um dos responsáveis por minar a audiência foi um pedido de boicote por conta as associações de animais, o

motivo foi o uso de animais vivos durante o programa<sup>81</sup>, o que também pode se refletir nos índices de audiência do *MasterChef Celebrity* Colômbia.

O *MasterChef* México se mantém na grade da *TV Azteca* desde 2015, até agora já foram exibidas duas temporadas da versão *Júnior* e três da versão para os amadores. Está sendo preparada a quarta edição, que deverá estreiar no segundo semestre de 2018.

A atração conseguiu manter bons índices de audiência durante esse tempo em que esteve no ar. No ano de 2016 foi líder de audiência em sua faixa de horário, consolidando o público e a publicidade<sup>82</sup>, fazendo com que o conjunto de *realities* da *TV Azteca* superasse os da *Televisa* em número de telespectadores<sup>83</sup>. Em 2017, o número de pessoas que assistiram as temporadas *Júnior* e com amadores chegou a 41 milhões<sup>84</sup>. A interação com a *internet* é significativa, as redes sociais são atualizadas sempre – até mesmo com conteúdo da emissora e não apenas do programa.

Para a edição de 2018, a produção realizou seletivas (Figura 45) em várias cidades do país, em busca dos cozinheiros para fazer parte da atração.

**Figura 45.** Seletivas para a quarta temporada do *MasterChef* México



CASTING			
Chihuahua	10 de febrero	Hermosillo	03 de marzo
Guadalajara	11 de febrero	Querétaro	04 de marzo
Mérida	17 de febrero	Juchitán, Oax.	10 de marzo
Zacatecas	18 de febrero	Morelia	10 de marzo
Xalapa	24 de febrero	Pachuca	10 de marzo
Puebla	25 de febrero	CDMX	18 de marzo

Fonte: TV AZTECA (b), 2018, WEB.

Uma das curiosidades foi a presença, na primeira temporada (2015), da freira Florinda Ruiz que decidiu participar da atração para tentar ganhar o prêmio e, com ele, pagar uma dívida de seu convento<sup>85</sup>, que fica na cidade de *Puebla*. A religiosa não ganhou a competição, mas acabou caindo nas graças do público, o que garantiu sua participação

<sup>81</sup> KYENYKE, 2018, WEB.

<sup>82</sup> NEWSLINE REPORT, 2016, WEB.

<sup>83</sup> EL FINANCIERO, 2016, WEB.

<sup>84</sup> EL UNIVERSAL, 2017, WEB.

<sup>85</sup> CORONA, 2015, WEB.

como ajudante na primeira temporada da versão *Júnior* (Figura 46)<sup>86</sup>, sua função era dar conselhos e auxiliar as crianças no preparo dos pratos para as provas. A presença da religiosa foi recebida com entusiasmo pelo público, que já a apoiava na versão para amadores, e o resultado de sua atuação foi um sucesso<sup>87</sup>.

**Figura 46.** Elenco da 1ª temporada do *MasterChef Júnior* México



Fonte: WEBADICTOS, 2017, WEB.

As temporadas produzidas pela *TV Azteca* também são exibidas em vários países da América Latina<sup>88</sup>: Argentina, Brasil, Chile e Colômbia pelo canal *Discovery H&H*, na televisão por assinatura.

O país pioneiro em *MasterChef* foi o Peru, no entanto, o formato teve somente uma edição. Isso chama a atenção, pois o país apresentou a atração no ano de 2011, sendo que os outros países aderiram à produção anos mais tarde, a partir de 2014, em linhas gerais. A inclusão do programa na grade televisiva do país coincide com o momento alavancado pela cozinha peruana a partir do ano de 2007, com a formação da *Apega – Sociedad Peruana de Gastronomía*<sup>89</sup>, que nasceu pela “necessidade de articular esforços para dar à gastronomia peruana o lugar que merece no mundo e fazer dela uma fonte de

<sup>86</sup> EL MUNDO, 2016, WEB.

<sup>87</sup> O impacto na atração foi tamanho que a participação da freira foi associada e considerada uma inspiração para a escalção de um religioso para a versão brasileira que acontece em 2018. (SANTOS, 2018, WEB).

<sup>88</sup> NEWSLINE REPORT, 2016, WEB.

<sup>89</sup> Mais informações podem ser encontradas em: <<http://www.apega.pe/index.html>>. Acesso em: mai/2018.

identidade, inovação e desenvolvimento sustentável para os peruanos”<sup>90</sup> (APEGA, 2018, WEB).

Além disso, havia também uma grande procura no país por restaurantes da culinária francesa, ou seja, o movimento também buscava uma maneira de se posicionar perante esse fato, legitimando sua própria cozinha e apresentando-a para o mundo. Por meio de ações governamentais e incentivo dos *chef's* e donos de restaurantes, hoje o país é um dos lugares de referência no que diz respeito à culinária: já foi eleito seis vezes a melhor culinária do mundo no prêmio *World Travel Awards*<sup>91</sup>; realiza uma das maiores feiras de gastronomia chamada *Mistura*<sup>92</sup> - promovida pela *Apega* e que acontece desde 2008.

A combinação de incentivos governamentais, reunião dos profissionais do segmento e a realização de eventos foi ajudada, também, pela presença da mídia, como afirma a pesquisadora Hannah Bannister:

A mídia também desenvolve conteúdo para avançar a solidificação da comida peruana no reino de culinárias sofisticadas. Fontes de mídia locais e internacionais têm aumentado a visibilidade da culinária peruana em publicações e segmentos de televisão através da publicação de artigos e programas de culinária. (BANNISTER, 2017, p. 138)<sup>93</sup>

Isso pode explicar a exibição do *MasterChef* em 2011 e, de certa forma, também a existência de apenas uma temporada. A intenção de colocar em evidência a culinária peruana, o investimento para que isso acontecesse e a existência de iniciativas locais levou o país a outras formas de impulsionar a comida nacional. Além disso, o *chef* Gastón Acurio<sup>94</sup> – apresentador da edição peruana – esteve presente em todas essas etapas e hoje é tido como um dos representantes e responsáveis pelo patamar ao qual o Peru chegou em níveis gastronômicos. E o *MasterChef* continua na história desse embaixador. No mês de abril de 2018, a edição britânica levou os participantes para uma “aventura culinária”<sup>95</sup> no Peru.

---

<sup>90</sup> Tradução nossa. Do original: “*necesidad de articular esfuerzos por darle a la gastronomía peruana el lugar que se merece en el mundo, y hacer de ella una fuente de identidad, innovación y desarrollo sostenible para los peruanos.*”.

<sup>91</sup> LIMA, 2017, WEB.

<sup>92</sup> MISTURA, 2018, WEB.

<sup>93</sup> Tradução nossa. Do original: “*The media also develops content to advance the solidification of Peruvian food in the realm of sophisticated cuisines. Both local and international media sources have increased the visibility of Peruvian cuisine in publications and television segments through featured articles and cooking shows.*”.

<sup>94</sup> FIDALGO, 2013, WEB.

<sup>95</sup> PERU INFO, 2018, WEB.

Sendo assim, pode-se concluir que o *MasterChef* Peru foi mais uma forma encontrada pelos idealizadores do projeto culinário do país para enaltecer e ajudar a consolidar essa identidade com base na comida que estava se formando na época. Isso também justifica o conteúdo do programa, todo voltado para a exibição de produtos, técnicas e pratos nacionais.

Para concluir a apresentação desse cenário midiático, cabe evidenciar uma nova empreitada que foi realizada nos Estados Unidos pela emissora *Telemundo*<sup>96</sup>, o *MasterChef Latino* (Figura 47). O formato segue a dinâmica dos programas apresentados na América Latina: um apresentador e três jurados.

**Figura 47.** Divulgação do *MasterChef Latino*



Fonte: TELEMUNDO (b), 2018, WEB.

A apresentadora é Aracely Arámbula, atriz e cantora mexicana. Já os jurados, dois deles são conhecidos de outras produções latino-americanas do programa: Benito Molina, espanhol, esteve presente nas edições do *MasterChef México* e Ennio Carota, italiano e jurado da versão chilena. A terceira componente do júri é Claudia Sandoval, uma mexicana que participou e venceu a sexta temporada do programa nos Estados Unidos

---

<sup>96</sup> De acordo com os dados fornecidos pela própria empresa, trata-se de uma empresa de meios, líder na produção e distribuição de conteúdo em espanhol; são 15 estações próprias e 57 afiliadas de TV aberta, alcançando 94% dos telespectadores de língua espanhola nos Estados Unidos e em Porto Rico, onde iniciou suas atividades. (TELEMUNDO (a), 2018, WEB).

(Figura 48)<sup>97</sup> e ficou conhecida pela sua habilidade em realizar a fusão entre ingredientes e pratos mexicanos e estadunidenses.

**Figura 48.** Jurados *MasterChef Latino*



Fonte: TELEMUNDO LOCAL, 2018, WEB.

O programa foi exibido no primeiro semestre de 2018 e contou com participantes que representaram os países da América Latina, entre eles: dois porto-riquenhos, cinco mexicanos, dois dominicanos, um peruano, um argentino, dois venezuelanos e um guatemalteco. O diferencial de todos eles é que possuem origem latina, mas moram nos Estados Unidos. A ganhadora foi a venezuelana Sindy Lazo<sup>98</sup>.

Apesar dessa versão não fazer parte da análise para esta tese, coube indicar a produção devido ao seu nome e, também, a preocupação em apresentar um elenco da América Latina, com destaque para os jurados e apresentadora, o que indica a realização de um produto para a comunidade de falantes de língua espanhola que vivem nos Estados Unidos. Também houve uma certa evidência em relação à culinária latina, mas o que ficou em destaque foram, mas uma vez, as fusões que podem ser encontradas nos Estados Unidos devido à influência dos imigrantes que lá vivem, como está no *site*, os preparos incluíram “desde as ricas *enchiladas* texanas, os *tacos* de peixe da Califórnia, até um *mofongo* porto-riquenho”<sup>99</sup> (TELEMUNDO (c), 2018, WEB).

<sup>97</sup> VILLAFANE, 2018, WEB.

<sup>98</sup> MORENO, 2018, WEB.

<sup>99</sup> Tradução nossa. Do original: “Desde las ricas *enchiladas* texanas, los *tacos* de pescado de California, hasta un *mofongo* puertorriqueño.”.

A atração, por sua vez, não agradou muito o público (Figura 50) que preferiu assistir o concorrente do horário, um concurso de talentos com crianças chamado *Pequeños Gigantes*<sup>100</sup>.

**Figura 49.** Audiência do *MasterChef Latino*



Fonte: TWITTER PRODU, 2018, WEB.

Esse foi um panorama da situação atual do *MasterChef* na América Latina e / ou que possui relação com essa região. De acordo com o que foi mostrado anteriormente, esse produto televisivo, nos canais onde ainda faz parte da grade, tem uma relevância significativa em termos de publicidade e de audiência, por isso as emissoras que investem no formato não pretendem tirá-lo de sua programação, a tendência é que façam adaptações que visem a retomada dos bons índices apresentados nos primeiros anos de sua exibição. Como é o caso do Brasil, que, se chegar à 2021, terá o *MasterChef* como uma de suas atrações por ininterruptos sete anos.

A popularidade do programa em todo mundo também traz algumas inquietações que serão tratadas nessa pré-análise. Obviamente a quantidade de países e episódios traz uma enorme gama de assuntos que poderiam ser levantados, sendo assim, optou-se por

<sup>100</sup> Informações disponíveis em: <<https://www.univision.com/shows/pequenos-gigantes>>. Acesso em: jun/2018.

definir alguns temas considerados relevantes para a discussão que envolve o desenvolvimento desta tese: a própria comunicação, quem são os atores desse ato – nesse caso, os jurados da competição, as questões de poder que envolvem a disputa, a culinária nacional exibida nos programas, a influência europeia e estadunidense, a legitimação da e na América Latina.

### 5.3 Quem é quem julga

A começar pela composição do programa no que tange ao julgamento daqueles que participam da competição, em todos os *MasterChef's* da América Latina escolheu-se o formato com um apresentador (o que não existe na edição inglesa e americana) e três jurados.

O que chama a atenção logo em uma primeira análise é a nacionalidade dos *chef's*, isso porque essa influência também se reflete na produção do programa, já que os participantes desenvolvem provas que abarcam o gosto dos avaliadores ou, mesmo, são convidados a cozinhar nos restaurantes comandados por esses profissionais.

Além disso, uma pesquisa realizada por Silvana Furtado (2010) mostra que o conteúdo dos programas de gastronomia apresentados na televisão é sugerido, em sua maioria, por esses mesmos *chef's*, como pode ser visto no Quadro 13.

**Quadro 13.** Frequências e porcentagens para a maneira como é feita a escolha da preparação culinária a ser apresentada

Como é feita a escolha da preparação culinária a ser apresentada?	n	%
a) O <i>chef</i> de cozinha faz a sugestão	8	47,1
b) Por meio das solicitações feitas pelos telespectadores	0	0,0
c) Os telespectadores solicitam “ <i>on time</i> ” (no ar) para o programa seguinte	0	0,0
d) De acordo com a proximidade de datas comemorativas (Natal, Fim de Ano, Mãe, Criança, outros)	5	29,4
e) Por uma equipe determinada pela produção do programa	4	23,5
f) Outro	0	0,0

Fonte: FURTADO, 2010, p. 4.

Apesar de não se tratar de uma enquete feita diretamente para os jurados do *MasterChef*, pode-se perceber que o conhecimento dos *chef's* faz parte e auxilia na construção do programa e que, inegavelmente, a sua cozinha também é colocada e mostrada ao longo dos episódios. Em relação aos dados desta tese das edições exibidas na América Latina, pode-se dizer que essa influência se mostra de maneira sutil em alguns países e mais acentuadamente em outro, o que caracteriza um posicionamento tomado pelos *chef's* e também pela produção, que entra em um acordo com esses profissionais para a elaboração das provas solicitadas aos competidores. Essa participação pode ser confirmada pela presença de provas que pedem a preparação de pratos com ingredientes utilizados por esses *chef's* ou pelo tipo de cozinha com as quais eles trabalham, como aconteceu na segunda temporada do *MasterChef* Brasil.

A nacionalidade dos jurados foi disposta em um quadro (14) que mostra de que maneira os países de origem se mostram mais ou menos evidenciados.

**Quadro 14.** Nacionalidades dos jurados do *MasterChef* na América Latina

<b>Argentina</b>	<b>Brasil</b>	<b>Chile</b>	<b>Colômbia</b>	<b>México</b>	<b>Peru</b>
Argentino	Brasileiro	Chileno	Colombiano	Mexicana	Peruano
Italiano	Argentina	Italiano	Colombiano	Mexicano	Peruano
Francês	Francês	Francês / Espanhol	Espanhol	Mexicano	Alemã

Fonte: Da Autora, 2018.

Por meio dos dados, vê-se que cada *MasterChef* possui ao menos um jurado representante de seu país e cada país adequa essa quantidade, ajuste esse que poderá ser de presença significativa no que será mostrado para o telespectador.

Como citado anteriormente, as edições mexicana e peruana são as que mais buscam mostrar a cultura e a culinária nacional, por isso, não é surpresa observar que os *chef's* convidados compõem um júri predominantemente nacional. No México, todos nasceram no país e, apesar de Betty Vázquez e Benito Molina terem se formado nos Estados Unidos, ao voltarem para seu país de origem, usaram essas técnicas para trabalhar com ingredientes e pratos mexicanos. O terceiro jurado, Adrián Herrera é considerado um autodidata e um dos cozinheiros que tem suas criações voltadas e inspirada na comida mexicana<sup>101</sup>. Já no Peru, são dois os peruanos: Gastón Acurio e Mitsuharu Tsumura, que

<sup>101</sup> Fonte: SOCO, 2017, WEB.

faz uma mescla da comida peruana com a japonesa em seu restaurante, o *Maido*<sup>102</sup>. A única que não é do Peru é Astride Gutsche, mas a *chef* confeitadeira vive no país e tem um restaurante com seu marido, Gastón, chamado *Astrid & Gastón*<sup>103</sup>, voltado para a multiculturalidade existente no Peru.

A Colômbia é outro país que possui maior representatividade nacional, um dentre os três jurados é europeu, vindo da Espanha. Em um estudo comparativo entre os programas exibidos na Colômbia e no Brasil, Holzbach analisa a nacionalidade dos *chef's* das duas produções e afirma que, apesar da representatividade colombiana “[...] não quer dizer que a culinária regional seja mais valorizada em relação à estrangeira; quer dizer que o olhar sobre ela apresenta um tom diferenciado.” (HOLZBACH, 2017, p. 143). A autora ainda afirma que existe uma tendência a uma visão mais global da culinária, não em detrimento da culinária nacional, mas que motiva os competidores a olhar para o que vem de fora e que isso foi valorizado no programa.

Nos últimos três países a presença de um representante nacional é menor, existe somente um jurado argentino, um brasileiro e um chileno nos respectivos *Masterchef's*. Uma diferença interessante é que, no Brasil, há a presença de uma jurada argentina, mostrando uma integração entre a América Latina, além do fato de Paola Carosella sempre reiterar que tem o coração brasileiro e que sua cozinha trabalha com ingredientes e conceitos muito utilizados no país. Na Argentina e no Chile a combinação final mostra uma predominância europeia, com representantes da França e da Itália – fato que está presente no desenvolvimento e no discurso adotado no programa, com uma internacionalização da cozinha.

Esse é um dado bastante significativo para esta pesquisa, principalmente pelo fato de que, no Capítulo 2 – onde se fez um breve relato sobre a História da Alimentação, viu-se que a França foi o berço da gastronomia e é considerada até os dias de hoje como uma referência na chamada “alta cozinha”. Outro país com mais representantes é a Itália, que também possui uma tradição muito forte e mais antiga em relação à alimentação. A presença desses dois países em grande quantidade de jurados (são cinco, no total de 18) configura uma tentativa de legitimar esse júri de acordo com as regras estabelecidas pela alta gastronomia.

Outra leitura possível da opção por um aspecto mais internacionalizado pode ser visto na existência da diferença no número de *chef's* do próprio país. A cozinha

---

<sup>102</sup> Informação disponível em: <<http://www.maido.pe/>>. Acesso em: jun/2018.

<sup>103</sup> Informação disponível em: <<http://www.astridygaston.com/>>. Acesso em: jun/2018.

internacional ganhou fôlego no final do século XIX e início do século XX, o que pode ter sido um motivo para que Argentina, Brasil e Chile constituíssem esse júri, para mostrar que suas cozinhas são mais cosmopolitas, que olham para a culinária nacional, mas não deixam de evidenciar a relevância e pioneirismo da gastronomia euripeia e também as novas tendências mundiais, como a expansão das culinárias estadunidense ou japonesa, por exemplo.

Ainda em relação aos *chef's*, fica muito evidente no Quadro 14 a existência de somente três profissionais, ou seja, a discussão que permeia a gastronomia pode ser vista na produção que envolve a cozinha, lugar que sempre remete ao universo feminino, como visto no capítulo com a breve História da Comunicação e o uso das receitas nas revistas direcionadas para as mulheres.

Do mesmo modo que as mulheres são excluídas de todos os lugares onde são realizados os “jogos da honra”, como define Bourdieu (2002) afirmando que esses são os locais onde concretizam-se as transações mais sérias da humanidade, a elas também não é permitido adentrar ao mundo da gastronomia. Sendo assim, a possibilidade de lidar com a comida só lhes é permitida quando estão nas mediações do lar, nos afazeres domésticos, na manutenção do *status quo* que foi sendo construído durante séculos. Na gastronomia, que significa a profissionalização do cozinhar, as mulheres não estão representadas, pelo menos não em um cenário que possa ser considerado equilibrado.

No artigo de Aline Marcelina Resende e Marlene Catarina Melo, as autoras realizaram entrevistas com *chef's* que contaram suas experiências retratando as dificuldades que tiveram, entre elas está a de “sobreviver” em um ambiente considerado duro, que está sempre sob pressão e não recomendado para quem é mais sensível, ou seja, uma característica que foi historicamente inata às mulheres. Outro aspecto que chama a atenção é que, oito *chef's* mulheres – de um total de nove entrevistadas, afirmam que “[...] a sociedade privilegia mais o *chef* homem.” (RESENDE; MELO, 2016, p. 10). De acordo com os dados encontrados nesta tese, o *MasterChef* também.

#### **5.4 Comida é poder no *MasterChef***

Assim como apresentado no Capítulo 2, quando a História da Alimentação conta que ser civilizado também era percebido por conta do que se comia e de como se comia, as relações de poder estabelecidas no *MasterChef* se dão pela comida, pelo que se sabe

ou não fazer. Em alguns países nota-se um posicionamento diferenciado dos jurados em relação aos competidores, que são provocados, colocados sob pressão e, até mesmo, humilhados ao realizar um preparo que não seja satisfatório ou não esteja de acordo com o gosto dos *chefs*. Na versão estadunidense, esse comportamento é muito mais exacerbado do que nas edições exibidas na América Latina, no entanto, mesmo com um tom a menos na rispidez, a prática tem sido questionada, sobretudo no Brasil, onde o *reality* é exibido desde 2014.

É interessante notar como a especialização e o conhecimento são usados como forma de superioridade dos *chefs* para com os participantes. Na matéria de André Carmona (2016, WEB), o jornalista busca encontrar justificativas para tal comportamento e entrevista um *chef* de cozinha e um psiquiatra. O primeiro afirma que existe uma tentativa de reproduzir o que acontece nas cozinhas e que essa é uma prática comum, apesar de não ser compreendida pela maioria dos iniciantes, ela ocorre praticamente como um ritual de iniciação que deve preparar os cozinheiros para as duras rotinas da profissão. Para o psiquiatra, existem três motivos prováveis: a competição acirrada, que deve premiar os melhores, demonstrando uma meritocracia inquestionável, ou seja, quem ganha o programa é porque é realmente merecedor; o exagero que é inerente à televisão – justificada pela concorrência em torno da audiência; e a exploração das próprias relações, o que pode ser uma demanda do público (caso contrário esse comportamento teria sido reprovado pelos telespectadores), além da agressividade dos jurados permitir a possibilidade de causar empatia para com esse ou aquele competidor.

Percebida com maior ênfase na versão brasileira, as relações de poder também envolvem questões de cunho econômico, pois, de acordo com os ingredientes utilizados, os preparos e, até mesmo, os tipos de utensílios disponibilizados para o uso dos participantes, demanda conhecimento.

Em um dos episódios da versão brasileira, por exemplo, um dos competidores afirma que nunca havia visto a maioria dos ingredientes indicados para uma prova, assim como grande parte dos brasileiros não conhece e não encontra em qualquer supermercado ingredientes como *vieira* ou *foie gras*. Apesar disso, é comum encontrar telespectadores que estão familiarizados com os itens citados, pois já os viram na televisão e, de certa forma, sabem como prepara-lo e servi-lo.

Essa informação vai ao encontro de uma pesquisa realizada por Silvana Furtado, na qual ela faz um questionamento a *chefs* sobre qual o tipo de telespectador é buscado como público alvo para produções voltadas para a culinária e o resultado foi, com mais

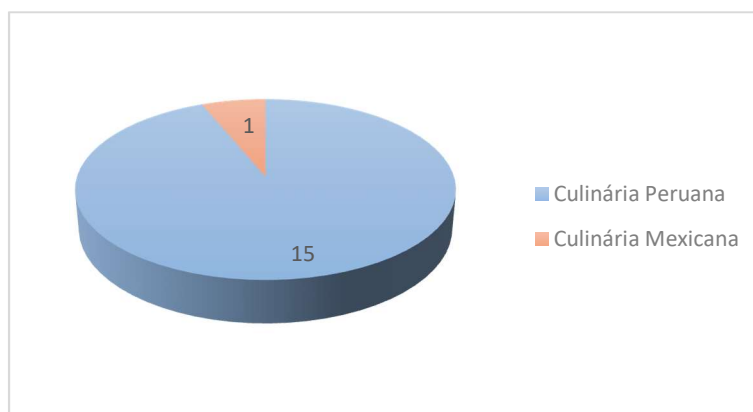
de 70% das respostas, de que as atrações com conteúdo gastronômico voltados para a televisão visam produzir “um programa que atinja todas as camadas de público, independente do seu nível econômico ou *status* social” (FURTADO, 2010, p. 5). Aqui é possível entender que para ser um telespectador não é necessário nenhum tipo de conhecimento prévio, já que os ingredientes e preparações serão explicados quando as provas são solicitadas, entretanto, para participar e se tornar um *MasterChef*, os competidores precisam ter algo a mais, pois os cozinheiros amadores não terão as mesmas chances que uma pessoa que tem contato com o já citado *foie gras*, por exemplo.

### 5.5 Culinárias no *MasterChef*

Se a nacionalidade dos *chef's* é um ponto a ser considerado na análise, cabe aqui uma discussão sobre quais foram as culinárias que apareceram no *MasterChef*, solicitadas pela produção do programa e, como mostrado acima, influenciadas pela história desses *chef's*. Para uma melhor visualização, coube inserir os dados encontrados em gráficos que mostram como as culinárias foram representadas ao longo das temporadas analisadas e os números correspondem à quantidade de vezes que tais culinárias foram solicitadas em preparações diversas.

O *MasterChef* peruano foi um dos mais representativos no que diz respeito à exibição de culinária nacional, como pode ser visto no Gráfico 1.

**Gráfico 1.** Representatividade da culinária apresentada na 1ª temporada do *MasterChef* Peru



Fonte: Da autora, 2018.

Como dito anteriormente, muita dessa representatividade vem do *chef* responsável pela apresentação do programa, Gastón Acurio, e seu objetivo de contribuir para a promoção da culinária mexicana, além de uma legitimação interna que era buscada na época quando o programa foi exibido, em 2011.

Uma publicação na página do programa no *Facebook* corrobora com essa ideia de levar o que é do país para o mundo e expressa a necessidade de reconhecimento das riquezas do Peru. Percebe-se que a atração tinha como um dos principais objetivos ser uma portadora / incentivadora da cultura alimentaria nacional, além da sua responsabilidade enquanto difusora e defensora dos recursos naturais peruanos.

Nessa postagem (Figura 50) pode-se perceber que o *MasterChef* peruano promoveu uma abordagem diferenciada. Também mostrou uma preocupação de que a atração pudesse ser um vetor para a divulgação da culinária e da biodiversidade – tão exploradas pelo programa, como lê-se “Um *MasterChef* tem a responsabilidade de se converter em um defensor de nossos recursos naturais” (tradução nossa).

**Figura 50.** Posicionamento sobre a influência do programa e sua função



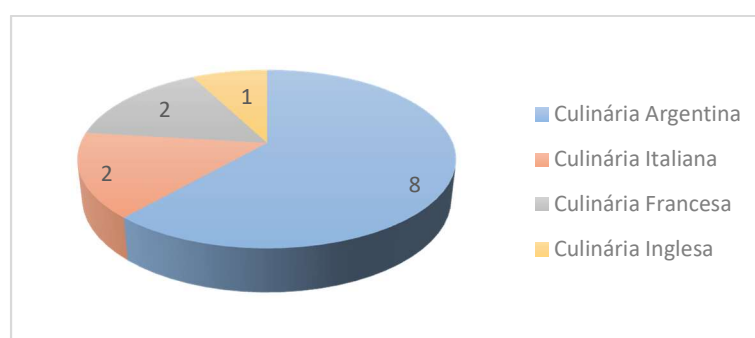
Fonte: FACEBOOK – MASTERCHEF PERU, 2016, WEB.

Uma outra questão relevante é a presença de apenas uma outra culinária durante todo o programa e essa também é latina, do México. Um dado que se mostra como diferencial, ou seja, um país latino que reconhece e reproduz a culinária de um país vizinho. Aqui cabe indicar a importância dessa aparição, pois indica o reconhecimento e a legitimação de uma cultura latina em um programa que privilegia sua própria cultura.

Foram três anos até a aparição de mais edições na América Latina, somente em 2014 mais três países receberam a primeira versão do programa: Argentina, Brasil e Chile. Cada um com sua particularidade, esses países passaram a exibir a franquia e conseguiram imprimir uma personalidade que pode ser vista de acordo com as culinárias apresentadas em cada episódio.

Na análise do *MasterChef* Argentina, observou-se uma determinada tendência na primeira temporada, que trouxe oito pratos argentinos e mais três nacionalidades: italiana, francesa e inglesa. Apesar do número de preparações nacionais terem sido maiores, quando aparecem as cozinhas estrangeiras, há uma predileção pela comida feita em países do hemisfério norte, com destaque para França e Inglaterra, com dois pratos cada uma.

**Gráfico 2.** Representatividade da culinária presente na 1ª temporada do *MasterChef* Argentina

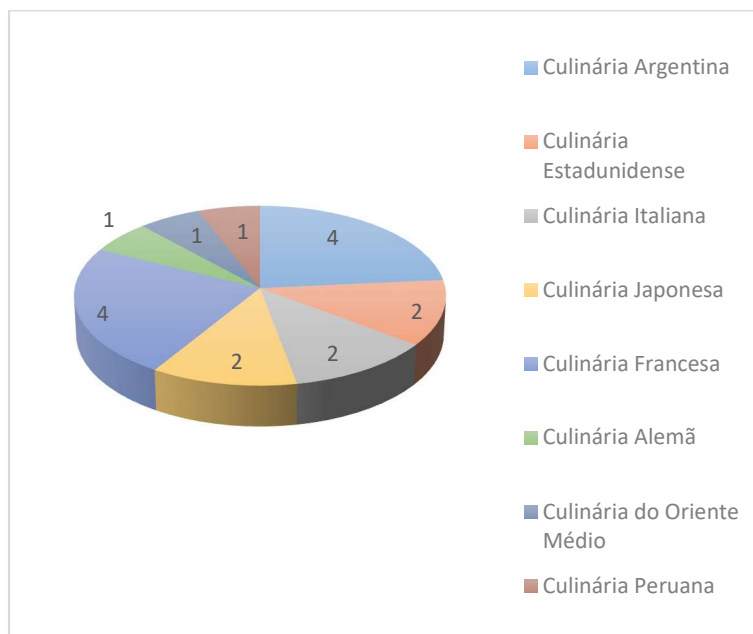


Fonte: Da autora, 2018.

Já na segunda temporada, foi possível verificar uma preocupação maior em abrir o leque de possibilidades e de culinárias a serem mostradas durante o programa. Diferentemente do que foi apresentado na primeira, várias outras culinárias estiveram presentes, foram sete, além da argentina. A Europa é a maior representada, com preparações da França, Itália e Alemanha, também há a presença da estadunidense. O *MasterChef* Argentina traz apenas uma culinária latina para compor o *menu* apresentado durante toda a segunda temporada: a peruana.

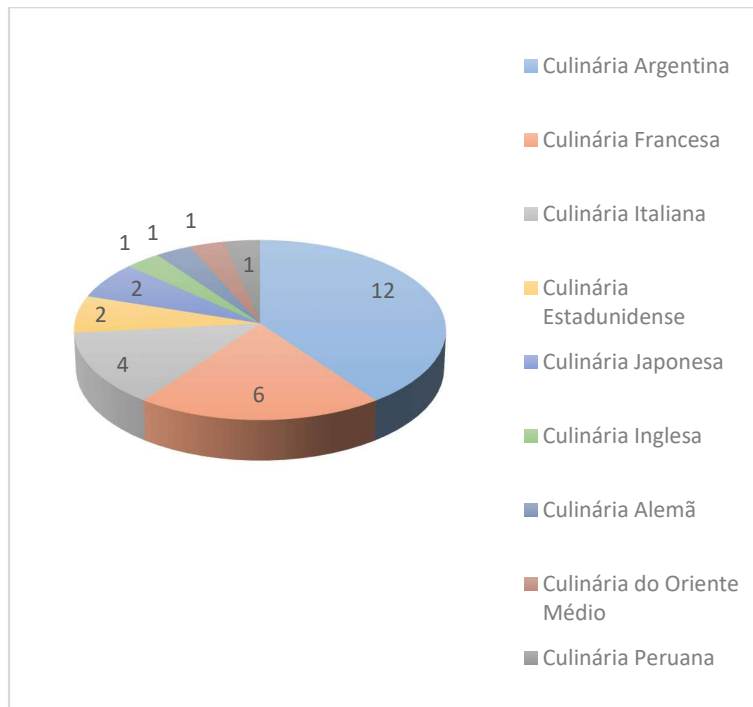
Essa representação revela que, mesmo quando há a existência da possibilidade de variação da apresentação de culinárias, há uma predileção, do *MasterChef* argentino, pela comida produzida na Europa e nos Estados Unidos (Gráfico 3).

**Gráfico 3.** Representatividade da culinária presente na 2ª temporada do *MasterChef Argentina*



Fonte: Da autora, 2018.

**Gráfico 4.** Culinária presente nas duas temporadas do *MasterChef Argentina*



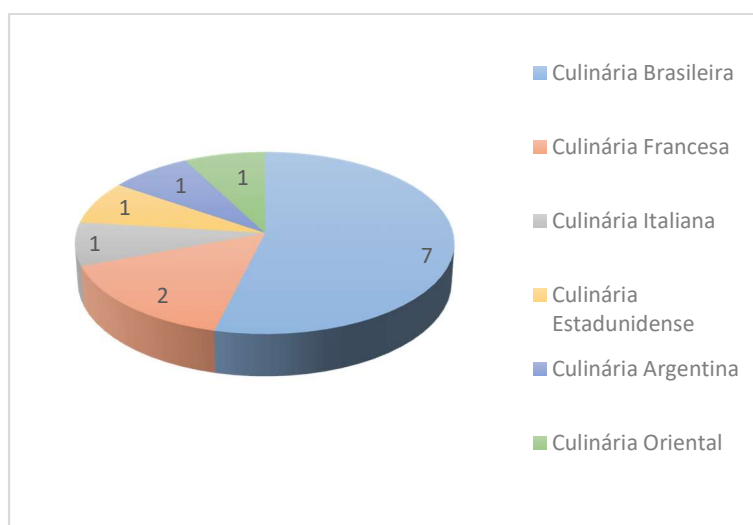
Fonte: Da autora, 2018.

Em uma última análise do programa nesse país, foi feita a junção entre as duas edições para saber quanto de comida argentina foi retratada nesse *MasterChef* e o resultado pode ser visto no Gráfico 4.

De acordo com os dados do gráfico, é possível notar que existiu uma primazia por pratos argentinos – originais ou adaptados à realidade do país, que resultou em grande parte das solicitações de preparos nas provas. Em segundo lugar está a culinária francesa, considerada o berço da gastronomia do mundo e um dos principais referenciais do “comer bem” e da “alta gastronomia” mundial. Vale destacar que apareceram dois pratos da culinária japonesa – em crescente expansão nos últimos anos e um do Oriente Médio, que não aparecem tanto quando se fala na institucionalizada gastronomia internacional.

A primeira exibição do programa no Brasil teve um caráter semelhante ao ocorrido na segunda temporada argentina: tentou mostrar mais da cozinha internacional, o que, ao longo de suas temporadas, foi se tornando uma marca. Em 2014 o *MasterChef* teve a quantidade de pratos brasileiros praticamente equiparada com as culinárias estrangeiras, como delineado no Gráfico 5.

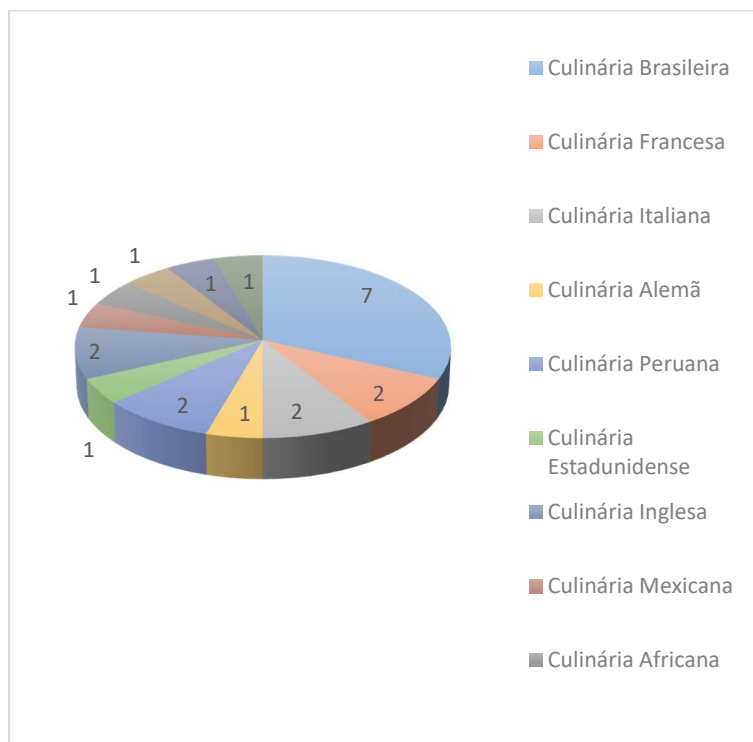
**Gráfico 5.** Representatividade da culinária na 1ª temporada do *MasterChef* Brasil



Fonte: Da autora, 2018.

A comida latina aparece timidamente, neste caso representada pela Argentina, e a França é a segunda maior em preparações, com dois pratos. A culinária francesa aparece por conta de sua tradição, mas também pode ser justificada pela presença de um *chef* francês no júri do programa.

**Gráfico 6.** Representatividade da culinária brasileira na 2ª temporada do *MasterChef* Brasil

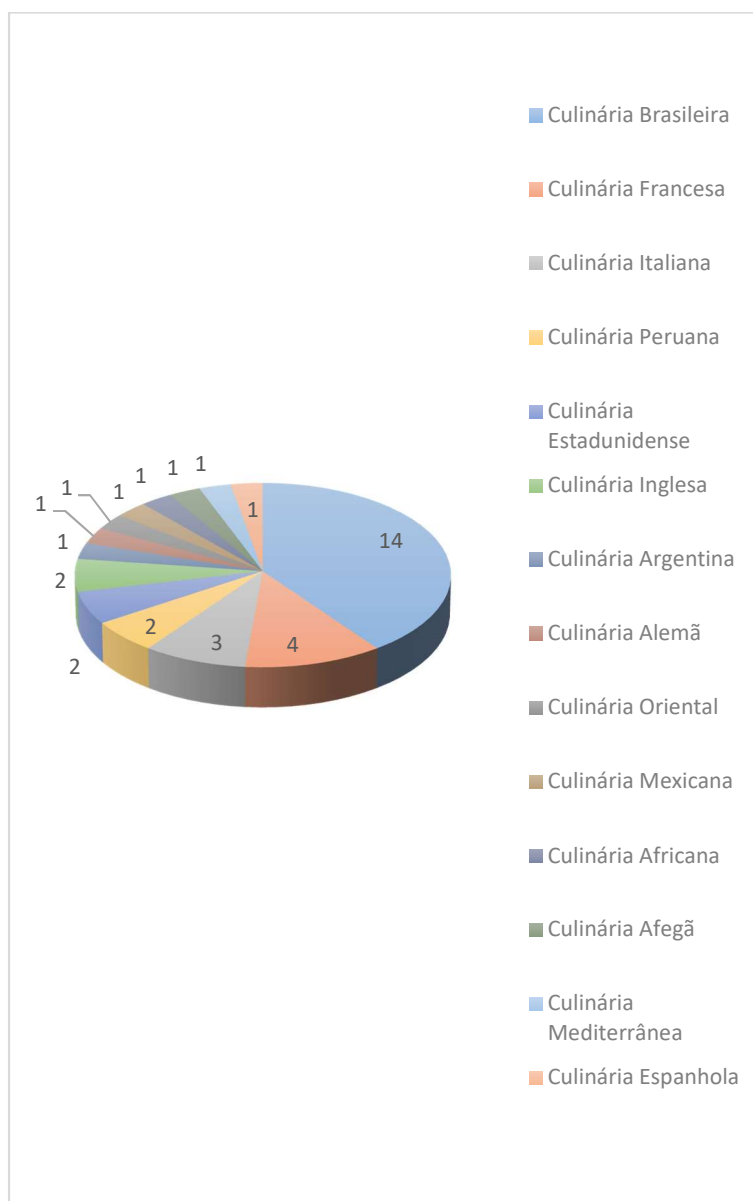


Fonte: Da autora, 2018.

A internacionalização do *MasterChef* Brasil fica muito mais evidente na segunda temporada, quando o número de preparações de cunho estrangeiro ultrapassa a culinária brasileira: são apenas sete pratos brasileiros contra 15 estrangeiros. Dessas 15 cozinhas internacionais, somente duas delas são latinas: a mexicana e a peruana, o que mostra, mais uma vez que, na versão brasileira, o perfil que começou a ser delineado na primeira edição, se confirma na segunda. Essa visualização fica mais evidente no Gráfico 7.

Considerando as duas temporadas analisadas para esta pesquisa, é interessante notar a tendência da internacionalização do *MasterChef* Brasil, que apresenta a maior quantidade de culinárias representadas no programa entre todas as edições exibidas na América Latina. O Gráfico 7 mostra o caminho escolhido pela produção do programa acerca do conteúdo a ser cobrado dos participantes nas provas e, também, a identidade do *MasterChef* Brasil mostrada àqueles que o assistem.

**Gráfico 7.** Culinária apresentada nas duas temporadas do *MasterChef* Brasil

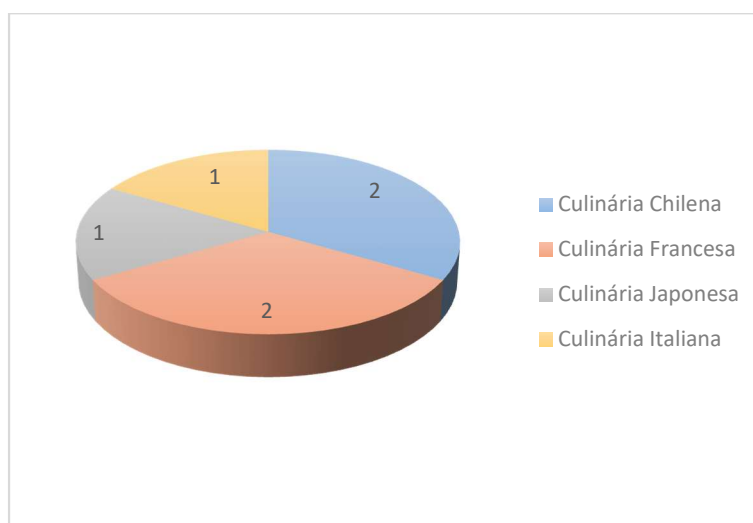


Fonte: Da autora, 2018.

O terceiro país a receber o *MasterChef* no ano de 2014 foi o Chile, um país que conseguiu inserir a sua cultura alimentar, mas, aparentemente, optou por uma exibição internacional, porém equilibrada das culinárias.

Na primeira temporada, delineada no Gráfico 8, houve um empate entre a chilena e a francesa, com duas preparações cada, seguidas da italiana e da japonesa, com um prato cada uma. Não houve nenhuma aparição da culinária latina, além da do Chile, e isso se mantém nas duas temporadas analisadas, mostrando um olhar voltado para os Estados Unidos, países da Europa e até para o Japão.

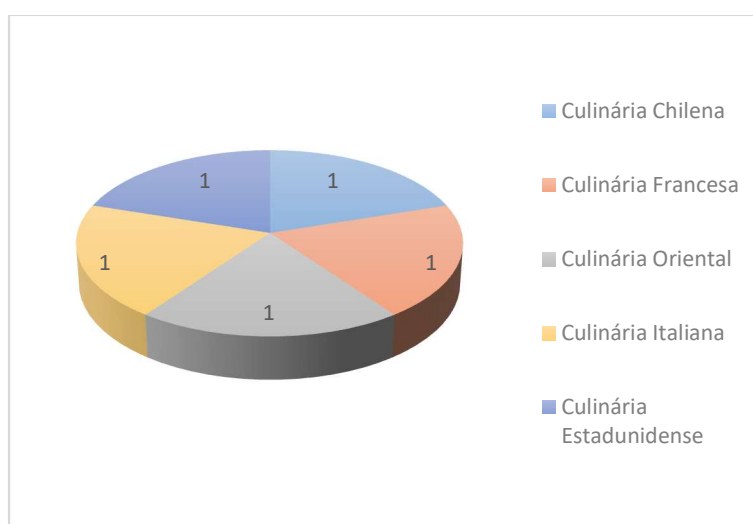
**Gráfico 8.** Representatividade da culinária presente na 1ª temporada do *MasterChef Chile*



Fonte: Da autora, 2018.

O equilíbrio é expressado de maneira mais evidente na segunda temporada, quando houve o mesmo número de preparações de cada culinária apresentada, como demonstrado no Gráfico 9.

**Gráfico 9.** Representatividade da culinária apresentada na 2ª temporada do *MasterChef Chile*

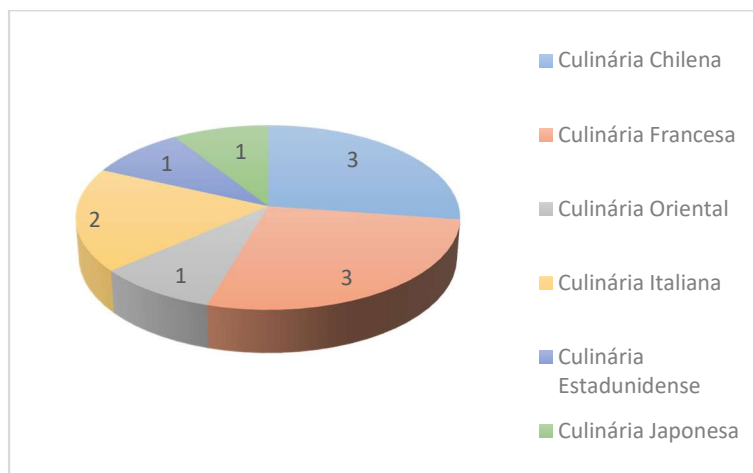


Fonte: Da autora, 2018.

O *MasterChef Chile* tem uma peculiaridade: foi a única edição exibida na América Latina que não apresentou nenhuma culinária latina, além de sua própria. Desta vez percebe-se que não houve o reconhecimento da culinária de seus vizinhos, por outro lado,

observa-se, pelos números, que a França está representada (Gráfico 10) igualmente em relação à culinária chilena e que, depois dela, aparece outro modelo europeu: a comida italiana.

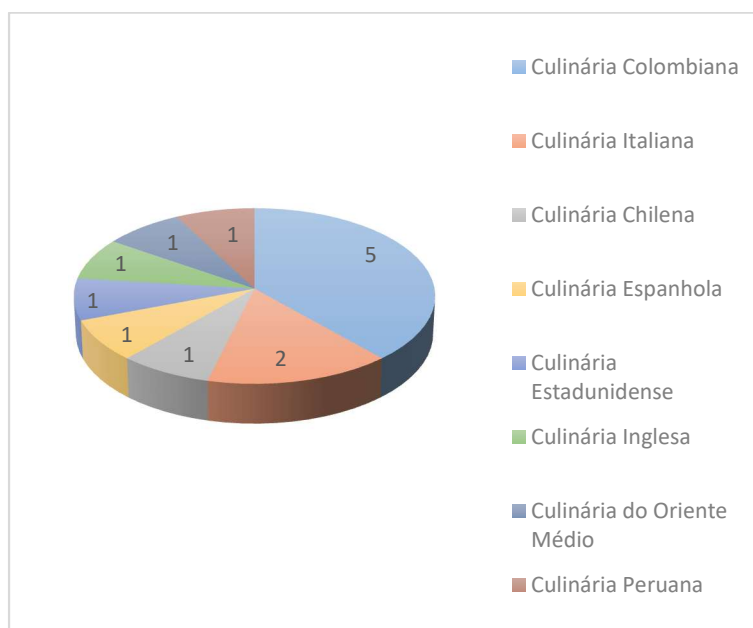
**Gráfico 10.** Culinária apresentada nas duas temporadas do *MasterChef Chile*



Fonte: Da autora, 2018.

Em 2015 foi exibida a primeira temporada da versão colombiana do *reality*. Em 18 episódios houve cinco preparações nacionais, mas, em números, a culinária estrangeira mostrou-se maior, foram oito, no total.

**Gráfico 11.** Representatividade da culinária apresentada na 1ª temporada do *MasterChef Colômbia*

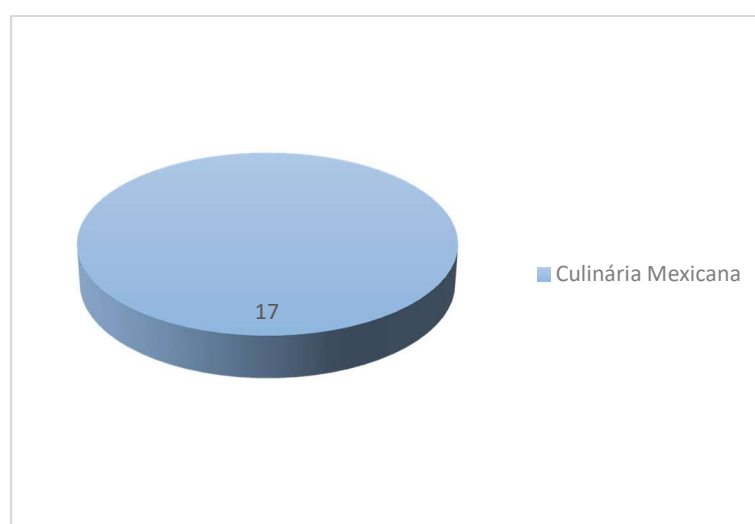


Fonte: Da autora, 2018.

De acordo com os dados do Gráfico 11, nota-se que mais da metade do programa esteve voltada para a solicitação de preparos estrangeiros. Mas uma observação é pertinente: em nenhum dos capítulos houve a presença da culinária francesa, referencial na maioria das edições exibidas no restante dos países da América Latina. Outro ponto importante a ser considerado, é a presença de duas culinárias latinas: a chilena e a peruana, mostrando uma maior representatividade, mas que, porém, não é apresentada de maneira tão significativa quanto às demais.

O último representante da franquia foi exibido no México, também em 2015 e foi o que pode ser chamado de 100% produto nacional, tanto em relação aos *chef's*, quanto no que diz respeito às preparações solicitadas no programa.

**Gráfico 12.** Representatividade da culinária apresentada na 1ª temporada do *MasterChef México*



Fonte: Da autora, 2018.

Como mostra o Gráfico 12, esse foi o primeiro *MasterChef* que não apresentou nenhuma culinária estrangeira em toda a temporada, de 17 preparos, 17 foram sobre ingredientes, técnicas ou pratos mexicanos. No país, a relevância da culinária pode ser vista com ênfase, já que tomou conta de todo um programa que é uma franquia estrangeira, além de fazer parte do comentário dos *chef's* a explicação, origem e importância de cada elemento para a cultura no México.

O resultado da análise desses dados também pode ser corroborado por uma pesquisa<sup>104</sup> realizada no país no ano de 2016, em um congresso de pesquisadores da

<sup>104</sup> As perguntas e todos os dados estão disponibilizados no Capítulo 8 (Delivery – Anexos), no Anexo 3 desta tese.

comunicação<sup>105</sup>. Foi perguntado aos congressistas qual a referência que eles tinham acerca da culinária mexicana, os entrevistados deveriam citar um prato que fosse representante da comida do país. Para os estrangeiros presentes no evento, o prato que mostra a identidade culinária mexicana é o *taco*, citado por pessoas de nacionalidades peruana, argentina, brasileira, colombiana, chilena, cubana, costarriquenha, boliviana e angolana. E essa preparação aparece no Quadro 11, onde estão os alimentos produzidos durante o programa *MasterChef*.

De modo geral, os programas exibidos na América Latina, de acordo com os dados, buscam mostrar a culinária nacional, mas alguns colocam maior ou menor ênfase nesse processo, o que confere uma possibilidade de adaptação das franquias ao que a produção opta por utilizar para realizar as preparações, os ingredientes ou mesmo os pratos finais. Sendo assim, fica claro que essa é uma decisão que vai ser tomada de acordo com o que cada versão deverá seguir e que tipo de culinária pretende mostrar. Na edição mexicana, por exemplo, não há dúvida de que o posicionamento é de mostrar a culinária do país, bem como suas técnicas e ingredientes. Em uma conversa<sup>106</sup> com a *chef* Betty Vázquez, esse direcionamento fica muito claro, pois a jurada do *MasterChef* afirma que “é *MasterChef* México por isso, pedimos coisas mexicanas, cada competidor decide o que fazer e o programa é de entretenimento e se, por outro lado, leva cultura, todos felizes”<sup>107</sup>.

O único programa na contramão da busca por esse reconhecimento e divulgação da cultura nacional é o *MasterChef* Brasil, pois esse foi o país no qual houve a apresentação de mais culinárias estrangeiras do que a brasileira.

Considerando o fato de que a televisão pode ser uma vitrine para a cultura de um país e do mundo, tendo como um vetor de comunicação a comida que é apresentada, cabe ressaltar aqui que, no caso brasileiro, o que está sendo evidenciado no programa é realmente a culinária internacional, sendo que, depois da comida do próprio país, aparecem a francesa e a italiana.

---

<sup>105</sup> XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación – Sociedad del Conocimiento y Comunicación: reflexiones críticas desde América Latina, sediado na Universidad Autónoma do México (UAM), na Cidade do México.

<sup>106</sup> Entrevista realizada via internet no mês de julho de 2018.

<sup>107</sup> Tradução nossa. Do original: “*Es Master Chef México por eso pedimos cosas mexicanas, cada concursante decide que hacer y el programa es de entretenimiento y si aparte culturiza, todos felices*.”.

Para trabalhar melhor os dados apresentados nos gráficos, foi criado o Quadro 15, no qual estão dispostas as culinárias que apareceram o *MasterChef*, elas pontam um panorama diferente, com indicações relevantes e que serão analisadas separadamente.

**Quadro 15.** Culinárias presentes nas edições do *MasterChef* na América Latina

	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	México	Peru
Culinárias representadas	Estadunidense	Estadunidense	Estadunidense	Estadunidense		
	Italiana	Italiana	Italiana	Italiana		
	Peruana	Peruana		Peruana		Peruana
	Francesa	Francesa	Francesa			
	Inglesa	Inglesa		Inglesa		
		Mexicana			Mexicana	Mexicana
	Oriente Médio		Oriente Médio	Oriente Médio		
	Alemã	Alemã				
	Argentina	Argentina				
		Espanhola		Espanhola		
	Japonesa		Japonesa			
		Afegã				
		Africana				
		Brasileira				
			Chilena			
				Colombiana		
	Mediterrânea					
	Oriental					

Fonte: Da autora, 2018.

## 5.6 Hegemonia

Desde os processos de colonização a que foi submetido o território latino, a cultura das nações dominantes foi a que predominou e que era considerada civilizada, ou seja, aqui somente haviam selvagens e pessoas que necessitavam de “salvação” de tudo: desde o modo como se vestiam, seus costumes, sua relação com o místico, sua forma de se vestir, de se comportar, de comer. E essa relação não apresentou mudanças significativas, mesmo após séculos dos tais “descobrimientos”.

Em vários aspectos da sociedade houve a continuidade da hegemonia dos países do hemisfério norte, seja à força, como foi quando Espanha e Portugal avançaram sob o

território latino, seja por outros meios, como o desenvolvimento de tecnologia, o aprimoramento de técnicas. Com a industrialização e com os meios de comunicação também foi assim: rádio, televisão, *internet*, todos eles possuem sua patente de invenção do lado de “cima” do globo, dificultando o acesso dos países do hemisfério sul ou fazendo com que o território latino tivesse que receber instruções e ser ensinado pelos europeus ou pelos estadunidenses.

Se aconteceu dessa forma com praticamente tudo, com a comida não seria diferente. De acordo com os dados apresentados no Quadro 15, percebe-se que a hegemonia europeia ainda persiste no que diz respeito à culinária e, sobretudo, em relação ao que é considerado alta gastronomia. Isso justifica o fato de que, dentre os cinco países que estiveram mais presentes nos *MasterChef’s* analisados, três deles estão situados na Europa: Itália, França e Inglaterra.

A França, como já foi dito, é considerada até os dias atuais o berço da gastronomia, principalmente no que tange ao refinamento de técnicas e pratos que vêm sendo aprimorados desde os famosos banquetes de Luís XIV em meados do século XVII. O primor buscado desde então levou o país a também ser um exportador da “boa cozinha”, que foi copiada em todo o mundo. E isso não ficou longe também do *MasterChef* na América Latina.

Já a Itália é mundialmente lembrada pela grande difusão de seus pratos com todo o tipo de massa: pizzas, *nhoque*, *risotos*, entre outros tantos. Apesar da massa não ter sido inventada no país<sup>108</sup>, essa preparação tornou-se um de seus cartões postais, possuindo grande relevância no turismo. Além do fato de que foi a responsável pela disseminação dessa cultura alimentar, são comidas que estão presentes em toda parte do globo e que foram adaptadas de acordo com a realidade e o gosto de cada lugar. Como a pizza, por exemplo, que possui características diferentes em cada país e, até mesmo, cidade. No Brasil, a identificação é muito grande devido aos processos de imigração ocorridos no final do século XIX, quando os italianos trouxeram essa tradição para o país. Em São Paulo existe ainda o bairro do Bexiga, um dos mais representativos da comunidade italiana no Estado e a influência foi tão grande que, de acordo com uma pesquisa<sup>109</sup> feita

---

<sup>108</sup> Freixa e Chaves apontam que, apesar das controvérsias que cercam a história do macarrão, como o fato de ter existido em uma civilização antiga na Mesopotâmia, estudos recentes reafirmam a versão de que Marco Polo teria trazido a preparação da China, onde foi encontrado um ancestral da massa cerca de 2.500 a.C.: “Pesquisadores da Academia de Ciências de Pequim encontraram um tipo de espaguete bem fininho (fio de 0,3cm de espessura e quase 0,5cm de comprimento) que só se diferencia do atual macarrão pelo fato de ser feito de farinha de milhete e não de farinha de trigo.” (FREIXA; CHAVES, 2012, p. 40).

<sup>109</sup> A pesquisa completa está disponível no Capítulo 8 (Delivery – Anexos), Anexo 4, desta tese.

em 2016, dois entrevistados indicam a pizza como um dos pratos mais representativos da culinária paulista e outros dois indicam o macarrão<sup>110</sup>.

A comida inglesa também foi uma das que mais apareceu nos programas, o destaque foi para a preparação do bife *wellington*, dos *cupcakes* (que são muito populares em vários lugares do mundo) e uma prova de *food truck* temática, na qual os participantes apresentaram uma versão do *fish and chips* – prato de peixe e batata fritos muito representativo da culinária inglesa. O continente ainda aparece com mais dois países representantes: Alemanha e Espanha, com duas aparições cada uma. E, finalmente, ainda há uma alusão à culinária mediterrânea.

Esse cenário expõe uma amostra da culinária europeia que esteve presente nas produções latinas, e que, na maioria delas, possuiu um espaço considerável em relação às comidas da América Latina. Especificamente em relação à França, cabe ressaltar os apontamentos de Poulain (2013), nos quais o autor afirma que os franceses não têm mais um olhar de cima para baixo para as outras culinárias, pelo contrário, eles “[...] veem nelas novas fontes de inspiração.” (POULAIN, 2013, p. 37), ou seja, existe um encontro entre o ideário culinário tradicional francês e o que está sendo feito no restante do mundo, o que, como resultado, é chamado pelo autor de “nova cozinha mestiça”, configurando uma mescla de produtos e técnicas que irão contribuir para a evolução dessa culinária secular, sobretudo influenciadas pelos outros lugares do mundo e pelos *chefs* mais jovens.

Tal movimento apontado por Poulain mostra o olhar europeu – principalmente francês – sobre as culinárias do restante do mundo, porém, na América Latina, o tipo de inclinação que se observou no *MasterChef* é mesmo de apresentação – para que as pessoas possam conhecer o que foi feito no continente que é tido como referência, e de reprodução – ao solicitar que os pratos sejam feitos não como uma adaptação à realidade de cada país, mas como uma cópia fiel ao que foi estabelecido.

---

<sup>110</sup> Outro dado da pesquisa a ser considerado, foi a presença do pastel como um dos representantes da culinária brasileira, claramente uma influência da imigração japonesa que remete à mesma época no país.

## 5.7 A culinária estadunidense

Outra das culinárias que mais aparece no Quadro 15, é a estadunidense. Interessante observar esse dado, pois é um país que tem como um dos principais referenciais na comida o que exportou para o mundo de forma massiva: o *fast food*. O ápice desse modo de comer deu-se, concomitantemente, com uma abertura do mundo para a chamada cozinha internacional, que está “[...] aberta às mestiçagens, às misturas de elementos de diferentes etnias, que alguns denominarão de *World Cuisine*.” (POULAIN, 2013, p. 36).

O que é chamado de mundialização da alimentação pode ser o motivo pelo qual os Estados Unidos aparecem com tal frequência. Poulain (2013) afirma que os lugares que vendem *hambúrguer* ou *pizza* podem ser considerados os espaços de produção de produtos transculturais, e é isso que está representado nos dados analisados. Tanto é verdade, que das quatro aparições nas preparações do programa, três delas são de *hambúrguer* – e apenas uma de ovos beneditinos.

Cabe ressaltar que a comida estadunidense não figura somente nas versões mexicana e peruana, nas quais a culinária local é predominante e reiterada pelas produções a todo momento. Isso demonstra um caráter realmente mais internacionalizado dos outros *MasterChef's*, mas essa visão internacional se mostra um pouco diferente do conceito de *World Cuisine* visto anteriormente. Nela, existe uma intersecção entre os ingredientes, as técnicas, resultando em pratos verdadeiramente internacionais, ou seja, a preparação poderia ser um prato francês, como um *petit gateau*, mas que, ao final, tivesse temperos, gosto e, até mesmo, um formato diferenciado, que contemplasse várias culinárias, demonstrando um gosto internacional, contudo, o que é pedido na preparação dos pratos é, em sua maioria, a reprodução, na qual dificilmente há espaço para uma inserção identitária de qualquer outra culinária.

Sendo assim, pode-se afirmar que a aparição da culinária estadunidense e da comida que a representa – o *hambúrguer* em mais da metade dos *MasterChef's* é por conta somente desse produto transcultural, um dos itens do *junk food*<sup>111</sup> – juntamente com os alimentos industrializados e instantâneos que passaram a fazer parte do cotidiano da população mundialmente.

---

<sup>111</sup> Comidas pobres em nutrientes e ricas em gorduras, representadas pela comida rápida como os sanduíches, batatas fritas, entre outros.

## 5.8 Legitimação latino-americana

Quando Martín-Barbero (2004) relata a dependência científica da América Latina ao que “vem de fora”, o autor traça um panorama específico sobre a pesquisa em comunicação e seus desdobramentos, principalmente quando se trata de ideologia e de poder. Aqui, adiciona-se à ideia do autor o fato de que há uma primazia pelo que vem de fora e um descaso considerável pelo que é produzido ou desenvolvido pelos países que compõem esse mundo latino.

O processo de reconhecimento entre os *hermanos* não acontece, seja nas pesquisas em comunicação, seja no intercâmbio cultural que passa, essencialmente, pelos hábitos alimentares. No Brasil, por exemplo, há muito mais viagens internacionais para a Europa e Estados Unidos do que para a América Latina – mais próxima e muito mais acessível<sup>112</sup>. Já foi exposta também a mundialização da comida, com grande influência estadunidense, tanto dos produtos, quanto do formato, com o chamado *fast food*.

Após esse panorama, a constatação sobre os dados coletados nos *MasterChef's* corrobora essa falta de reconhecimento e legitimação por conta dos países vizinhos da América Latina.

O primeiro apontamento diz respeito às culinárias que foram mais representadas no programa, uma delas é latina: a peruana. Como visto anteriormente, o Peru trabalha há anos para incluir a culinária nacional na seara abarcada pelo turismo, com o objetivo de mostrar que ela poderia se tornar um atrativo para os estrangeiros que vão conhecer o país. E, de acordo com o Quadro 15, esse movimento surtiu efeito. Houve a presença da comida peruana nos programas da Argentina, do Brasil e da Colômbia, além da atração do próprio país. Em uma comparação, notou-se que essa culinária se sobressaiu à francesa, o que é um dado bastante significativo dada a importância que essa nacionalidade recebe no que tange à comida. Depois da comida peruana aparece a culinária mexicana, presente na edição brasileira, mexicana e peruana.

Considerando a quantidade de representatividade latino-americana, o Chile é o país que menos traz essa intersecção, já que a única culinária latina solicitada nas preparações é a do próprio país. Já as versões do *MasterChef* produzidas na Argentina e

---

<sup>112</sup> Uma pesquisa realizada no primeiro semestre de 2018 fez uma lista com os destinos mais procurados pelos brasileiros no exterior, são eles: Lisboa, Miami, Orlando, Nova Iorque, Buenos Aires, Santiago, Paris, Roma, Madri e Londres (GAZETA DO POVO, WEB, 2018). Ou seja, somente duas cidades representam a América Latina.

na Colômbia apresentam somente mais uma culinária além da nacional, a peruana, o restante é, em sua maioria, europeia.

O Brasil pode ser chamado de mais democrático entre todas as versões da América Latina, nele houve espaço para culinárias do Peru, México e Argentina, no entanto, essa não foi a maior parte, pelo contrário, a Europa está muito mais representada no programa, com preparações da Itália, França, Inglaterra, Alemanha, Espanha e a chamada cozinha Mediterrânea, proveniente do continente. Apesar dessa abertura à culinária internacional, a comida brasileira não fez parte de nenhum outro *MasterChef*, assim como a chilena e a colombiana.

As narrativas apresentadas nas versões exibidas na Argentina, no Brasil, no Chile e na Colômbia não trouxeram significativa representatividade latina e, ao pensar dessa forma, pode-se considerar que o *MasterChef* do México e do Peru também não possibilitaram a interação com outras culturas da América Latina. Sendo assim, fica claro que o posicionamento das atrações demonstrou dois direcionamentos precisos: a internacionalização – voltada principalmente para os países da Europa e dos Estados Unidos, e a autopreservação – com o objetivo de reforçar e divulgar a culinária nacional.

Para finalizar, houve a necessidade de mostrar os números das preparações solicitadas nos programas de acordo com a nacionalidade. O Quadro 16 poderá causar certo estranhamento devido à narrativa realizada até este ponto, no entanto, ele esclarece o fato de que no Quadro 15 não se trata de quantidade, mas sim da aparição dos países, o que sustentou essa argumentação exposta nos últimos itens.

No Quadro 16 estão descritas todas as preparações solicitadas dentro do escopo de pesquisa delimitado dos *MasterChef's* exibidos na América Latina. Dele é possível apreender que houve uma representatividade relevante, no entanto, como visto anteriormente, isso se deve à escolha de direcionamento dada nos programas do Peru e do México. Do mesmo modo, em número de preparações, França e Itália aparecem praticamente empatadas, com 13 e 11, respectivamente. Cabe ressaltar que essa quantidade não está tão distante dos 19 pratos peruanos e mexicanos, ou seja, mesmo em números, ainda é possível observar uma grande representatividade e hegemonia de comidas europeias.

**Quadro 16.** Número de preparações presentes nas edições do *MasterChef* na América Latina

México	19
Peru	19
Brasil	14
Argentina	13
França	13
Itália	11
Estados Unidos	7
Colômbia	5
Chile	4
Inglaterra	4
Japão	3
Alemanha	2
Espanha	2
Oriental	2
Oriente Médio	2
Afegã	1
Africana	1
Mediterrânea	1

Fonte: Da autora, 2018.



Esse dedo de prosa apontou considerações significativas que mais chamaram a atenção durante a análise dos dados obtidos com a pesquisa qualitativa com os programas *MasterChef's* exibidos na América Latina. Obviamente, existem muito mais leituras que poderiam ser feitas a partir dessas informações, além de outros olhares sob os mesmos assuntos aqui delineados, apesar disso, coube a esta pesquisa trazer à luz alguns elementos que indicassem de que maneira esses programas se apresentaram – e continuarão se apresentando – desde 2011. Assim sendo, no próximo capítulo, serão expostas mais algumas considerações e o fechamento desta tese.





---

## **SOBREMESA**

### **6 Conclusão**

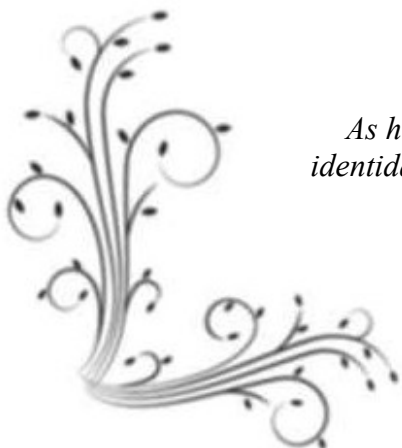
---

*As identidades não estão escritas no céu.*

*(...)*

*As histórias que contamos nos lembram que toda cultura, toda tradição, toda identidade é um produto da história, dinâmico e instável, gerado por complexos fenômenos de troca, de cruzamento, de contaminação.*

**Massimo Montanari**



Comunicação: inata. Presente em todos os lugares, de todas as formas, já foi observada sob diversas perspectivas – sejam midiáticas ou não. Houve desenvolvimento, críticas, estranhamento e busca por entendimento de novos fenômenos que surgiram de tempos em tempos.

Comida: biologicamente necessária ao ser humano. Está nas casas, nas ruas, nos restaurantes – do “pé sujo” ao cinco estrelas. Feita a partir de alimentos orgânicos, industrializados, com amor, com pressa, com mais ou menos temperos. Sempre ao gosto do freguês.

Como apresentado no Capítulo 3, a junção desses dois universos não se dá a partir dos veículos de comunicação, ela acontece há milênios por conta das simbologias, significações e ressignificações, justamente por isso, a comida é algo que se lê, que se ouve, que se busca compreender por meio de seus pratos e modos de fazer, é um livro recheado com sabores, odores, texturas e nuances que somente os mais atentos podem captar. Da mesma forma entende-se a comunicação. Ela pode estar nos mais diversos aspectos da sociedade, assim como reconheceu Beltrão (1980) por meio dos ex-votos, ou seja, trata-se de um outro olhar, ver a comunicação para além do que está nas entrelinhas ou do que é exibido nas muitas telas às quais a sociedade tem acesso hoje em dia.

O cenário midiático, como afirma Moraes (2016, p. 112), “[...] demonstra capacidade de fixar sentidos e ideologias, selecionando os conteúdos que, a seu critério, devem ser vistos, lidos e ouvidos pelo conjunto do público.”. O autor indica que, mesmo com a possibilidade de escolhas, com as diferentes reações aos conteúdos, são os meios de comunicação que definem grande parte do que é visto como comunicação: nos noticiários e nos programas de entretenimento.

Moraes salienta que as diretrizes para o que deve ser ignorado ou incluído em todos os produtos feitos e transmitidos pelos meios de comunicação, podem ser denominadas “gestão midiática da realidade” (MORAES, 2016, p. 112). Essa gestão pôde ser verificada nesta tese, que buscou analisar um produto voltado para o mercado e um dos moldes de grande repercussão existente no cenário atual – um *reality show* de conteúdo culinário, o *MasterChef*. A pesquisa proposta teve como objetivo verificar o que foi apresentado de forma consciente ou não através do programa, como a identidade de um povo foi mostrada, já que essa cultura da mídia também é responsável pela formação das identidades sociais.

Por meio de um escopo de nove temporadas e 151 episódios do programa reproduzido nas televisões de países como Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru, entre os anos de 2014 e 2015, foi possível obter muitos dados que levaram a reflexões interessantes acerca dessa produção, sobretudo no que tange ao nacional apresentado para uma grande quantidade de espectadores.

A pesquisa mostrou que os *realities shows* se configuram como uma atração de grande engajamento social, principalmente quando utilizam de outras mídias para alavancar a audiência e impulsionar o programa. Como resultado, obtém-se cifras significativas da publicidade, o que faz com que o formato ainda esteja presente e faça parte da grade televisiva da maioria dos países, sendo que a televisão é tida como uma das responsáveis pela mudança na alimentação mundial, trata-se de um importante mecanismo de transformação, introduzido nas famílias pelos mais jovens (CONTRERAS; GRACIA, 2011). Esse fato reitera o papel do conteúdo televisivo que chega às casas das pessoas, pois um programa como o *MasterChef* pode levar novos ingredientes e preparações para a casa das pessoas, além de incitar a vontade de cozinhar e criar com as técnicas que são expostas na atração.

De fato, o *MasterChef* leva conhecimento para os lares, no entanto, como visto, esse conhecimento tem uma certa tendência, diferente em cada país. Argentina, Brasil, Chile e Colômbia demonstraram um caráter internacionalizado das culinárias, solicitando preparações feitas no mundo, e ainda buscaram cozinheiros amadores que possuíam conhecimento geral, tanto de pratos quanto no uso de técnicas. México e Peru optaram por direcionar o conteúdo nacional em suas edições, com o intuito de incentivar e divulgar suas culinárias. A produção exibida nos dois países é prova de que é possível utilizar um formato estrangeiro para alavancar a cultura alimentar local e / ou nacional.

A presença de conteúdo estrangeiro nas produções latino-americanas foi outro ponto observado e que, mais uma vez, revelou o olhar voltado para o hemisfério norte. A culinária dos Estados Unidos integrou praticamente todos *MasterChef's* – com exceção de Peru e México, pelo fato de que sua cultura *fast food* chegou a praticamente todo o mundo, os pratos que representaram essa cozinha foram, essencialmente, *hambúrguer* e *cupcake*. A Europa está representada com muitos países, mas aqueles que se destacam são França e Itália. A nacionalidade dos *chef's* evidenciou a presença da Europa mais uma vez e, rapidamente, foi possível verificar a dicotomia que envolve o campo da gastronomia em relação à presença da mulher nos programas da América Latina: apenas duas, de todos os jurados, são mulheres.

A influência latina não foi encontrada com a mesma intensidade da europeia e estadunidense. Na maioria das produções não existem culinárias latinas diferentes da do país onde o *MasterChef* é exibido. Isso demonstra que há um mínimo reconhecimento das comidas entre os países. Martín-Barbero (2004) reafirma tal hegemonia no campo das pesquisas em comunicação, e pode-se constatar que o olhar para o que “vem de cima” é uma constante e permeia diferentes âmbitos da sociedade.

Como conclusão, pode-se afirmar que, enquanto difusor por meio da midiaticização, o *MasterChef* na América Latina, de modo geral, comunica uma cultura alimentar e identidades que estão muito distantes das realidades existentes. Diferentemente do México e do Peru, que conseguiram imprimir uma sólida marca do país na produção, Argentina, Brasil, Chile e Colômbia continuaram olhando para o hemisfério norte.

Obviamente, não se trata de impor uma exclusividade nacionalista exacerbada no programa, mas a cultura latina é muito rica e poderia ser feita uma maior exibição de conteúdo local, e, mais ainda, uma interação realmente significativa entre a América Latina que, assim como nos estudos de comunicação, não estabelece um diálogo por meio das culinárias. O conhecimento da “alta cozinha” – que tem como pioneiras as orientações francesas, é interessante para o desenvolvimento de qualquer cozinheiro, no entanto, saber mais sobre seu território, os ingredientes e técnicas, as culinárias próximas e que possuem tamanha diversidade e relevância quanto qualquer outra, é uma forma de crescimento e, também, de construção de identidade, reconhecendo as raízes e desenvolvendo fusões expressivas.

Para aqueles que não buscam a cozinha como ambiente profissional, o *MasterChef* atua como uma vitrine, dando amostras do que existe no mundo, porém, há exemplos que tiveram sucesso ao colocar em exposição o local, não de uma maneira caricata ou estereotipada, mas com a intenção de mostrar a culinária nacional, reforçando sua importância como ferramenta de afirmação e reconhecimento da cultura e identidade de um país.





---

## **RECEITAS**

## **Referências**

---

*La comida tambien se lee.*

**3ª Feria del libro internacional de Cocina Tradicional – México – 2017**



AGÊNCIA IBGE. **Analfabetismo cai em 2017, mas segue acima da meta para 2015.** 18 mai. 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/21255-analfabetismo-cai-em-2017-mas-segue-acima-da-meta-para-2015.html>>. Acesso em: mai/2018.

AGUIAR, Janaina Couvo Teixeira Maia de. Os orixás, o imaginário e a comida no Candomblé. **Revista Fórum Identidades**, Itabaiana: Gepiadde, ano 6, volume 11, jan-jun de 2012, p. 160-170. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/forumidentidades/article/download/1834/1620>>. Acesso em: mai/2017.

AMON, Denise. **Psicologia social da comida**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

APEGA - Sociedad Peruana De Gastronomía. Disponível em: <<http://www.apega.pe/index.html>>. Acesso em: mai/2018.

AQUINO, Felipe. **O milagre de Lanciano**. Editora Cléofas. 3 jul. 2017. Disponível em: <<http://cleofas.com.br/omilagredelanciano/>>. Acesso em: jun/2018.

AZEVEDO, Rita. **Lula publica receita de bolo em redes sociais. Veja o porquê.** Exame. 24 ago. 2015. <<https://exame.abril.com.br/brasil/lula-publica-receita-de-bolo/>>. Acesso em: fev/2018.

BANNISTER, Hannah. Gastronomic Revolution: Peruvian Cuisine's Journey from Cultural Entity to Commodity. **Undergraduate Research Journal for the Humanities** 2 (Spring 2017), p. 135-151. Disponível em: <<https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/23866/bannister.pdf?sequence=1>> Acesso em: mai/2018.

BBC. Disponível em: <<https://www.bbc.co.uk/programmes/b006t1k5>>. Acesso em: jun/2018.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BETIM, Felipe. **A operação para afrouxar ainda mais a lei de agrotóxicos no Brasil, na contramão do mundo**. El País. 5 jul. 2018. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/26/politica/1530040030\\_454748.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/26/politica/1530040030_454748.html)>. Acesso em: jun/2018.

BÍBLIA SAGRADA. 94 ed. São Paulo: Ave Maria, 2014.

BIBLIOTECA DIGITAL UNESP. s/d. Disponível em: <<https://bibdig.biblioteca.unesp.br/handle/10/6189>>. Acesso em: mar/2017.

BLOG DO PROFESSOR. **Jornalismo em tempos de ditadura militar: censura no Estadão**. 26 jul. 2008. Disponível em: <<http://blogdoprofessorpc.blogspot.com.br/2008/07/jornalismo-em-tempos-de-ditadura.html>>. Acesso em: mar/2017.

BOAS, Bruno. **IBGE: Brasil tem 11,8 milhões de analfabetos; metade está no Nordeste**. Valor Econômico. 21 dez. 2017. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/brasil/5234641/ibge-brasil-tem-118-milhoes-de-analfabetos-metade-esta-no-nordeste>>. Acesso em: mai/2018.

BOAS, Franz. **Antropologia cultural**. Trad. Celso Castro. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Trad. Maria Helena Kuhner. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

Brasil. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2016. Disponível em: <[http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book\\_PBM\\_2016.pdf](http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book_PBM_2016.pdf)>. Acesso em: mar/2018.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutemberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

BRITISH LIBRARY. Disponível em: <<https://www.bl.uk/collection-items/athenaeus-deipnosophistae>>. Acesso em: mar/2018.

BRUIT, Hector Hermann. Apontamentos para uma história da gastronomia no Brasil: cadernos de receitas. **Sarão** – Memória e vida cultural de Campinas. V. 1, n. 12, set/2013. Disponível em: <[http://www.centrodememoria.unicamp.br/sarao/revista12/PDF/sarao\\_texto\\_01.pdf](http://www.centrodememoria.unicamp.br/sarao/revista12/PDF/sarao_texto_01.pdf)>. Acesso em: mai/2018.

CAAMAÑO, Roberto. **MasterChef Chile lo consiguió: Por primera vez supera a “Doble Tentación”**. La Tele Según Caamaño. Abr. 2017. Disponível em: <<http://www.lateleseguncaamano.com/2017/04/17/masterchef-chile-lo-consiguio-por-primera-vez-supera-a-doble-tentacion/>>. Acesso em: mai/2018.

CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito**. Joseph Campbell, com Bill Moyers; org. Betty Sue Flowers; trad. Carlos Felipe Moisés. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CANAL RCN. Disponível em: <[https://imagenes.canalrcn.com/imgMasterchef/pauta\\_redes\\_mc\\_1.jpg](https://imagenes.canalrcn.com/imgMasterchef/pauta_redes_mc_1.jpg)>. Acesso em: jun/2018.

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. Trad. Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. ed. 4. reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

CARMONA, André. **Agressividade dos jurados do “MasterChef”, da Band, é marca registrada da terceira temporada.** 09 mai. 2016. O Estado de S. Paulo. Disponível em: <<https://emails.estadao.com.br/noticias/tv,agressividade-dos-jurados-do-masterchef--da-band--e-marca-registrada-da-terceira-temporada,10000049578>>. Acesso em: jun/2018.

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

CARNEIRO, Henrique. A história da alimentação: balizas historiográficas. In: **Anais do Museu Paulista.** São Paulo. N. Sér. V.5, p. 9-91 – jan/dez, 1997. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/5349/6879>>. Acesso em: mar/2018.

CASCUDO, Câmara. **Antologia da alimentação no Brasil.** 2ª ed. São Paulo: Global, 2008.

CASCUDO, Câmara. **História da alimentação no Brasil.** 4ª ed. São Paulo: Global, 2011.

CASTRO, Josué de. **Geografia da Fome: o dilema brasileiro: pão ou aço.** Rio de Janeiro: Edições Antares, 1984.

CASTRO, Thell de. **Primeiro MasterChef, em 1990, era cerebral e não tinha drama.** UOL. 6 set. 2015. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/primeiro-masterchef-em-1990-era-cerebral-e-nao-tinha-drama-9119>>. Acesso em: jun/2016.

CAVALCANTI, Pedro. **A pátria nas panelas: história e receitas da cozinha brasileira.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

CAVICCHIOLI, Marina Regis. Comer, beber e viver: festa e êxtase alimentar. In: MIRANDA, Danilo Santos de; CORNELLI, Gabriele (orgs.). **Cultura e alimentação: saberes alimentares e sabores culturais.** p. 50-57. São Paulo: SESC, 2007.

CAVIGNAC, Julie A.; OLIVEIRA, Luiz Antônio de. História e etnografia nativas da alimentação no Brasil: notas biográficas a respeito de um antropólogo provinciano. In: **Imburana** – revista do Núcleo Câmara Cascudo de Estudos Norte-Rio-Grandenses/UFRN. N.2, nov. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/imburana/article/viewFile/851/785>>. Acesso em: mar/2018.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 2. morar, cozinhar.** Trad. Ephraim F Alves e Lúcia Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

CHADE, Jamil. **Aumenta o número de católicos no mundo, diz Vaticano.** 25 mar. 2016. O Estado de S. Paulo. Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,aumenta-numero-de-catolicos-no-mundo--diz-vaticano,1847942>>. Acesso em jun/2017.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil** – mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

CHILE, Aton. **Faryd se coronó como “MasterChef Chile” en una final que tuvo el rating más alto de la temporada.** 12 jun. 2017. Disponível em: <<https://www.publimetro.cl/cl/entretenimiento/2017/06/12/faryd-se-corono-masterchef-chile-una-final-tuvo-rating-mas-alto-la-temporada.html>>. Acesso em: mai/2018.

CIAT. *Blog*, 2016a. Disponível em: <[https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/75665/PRINT\\_origin-species-world-map-v9\\_hires\\_poster%20EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/75665/PRINT_origin-species-world-map-v9_hires_poster%20EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: mar/2018.

CIAT. *Blog*, 2016b. Disponível em: <<http://blog.ciat.cgiar.org/origin-of-crops/>>. Acesso em: mar/2018.

CLASSIOFERTA.COM. Anúncio: Cozinha Claudia Nº 81A de 1968, Livro com 491 receitas para quem não quer engordar. 15 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.classioferta.com/ads/cozinha-claudia-no-81a-de-1968-livro-com-491-receitas-para-quem-nao-quer-engordar/>>. Acesso em: mar/2018

CONGRESSO EM FOCO. **Comissão da Câmara aprova projeto que restringe venda de orgânicos.** 3 jul. 2018. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/comissao-da-camara-aprova-projeto-que-restringe-venda-de-organicos/>>. Acesso em: jul/2018.

CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Mabel. **Alimentação, sociedade e cultura.** Trad. Mayra Fonseca e Barbara Atie Guidalli. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011.

CONWAY, Kelly. **Celebrating Thanksgiving at the table.** Corning Museum of Glass. 27 nov. 2013. Disponível em: <<https://blog.cmog.org/2013/11/27/celebrating-thanksgiving-at-the-table/>> Acesso em: mar/2018.

COOPERATIVA. Disponível em: <[https://www.cooperativa.cl/noticias/site/artic/20151018/imag/foto\\_0000000120151018142447.jpg](https://www.cooperativa.cl/noticias/site/artic/20151018/imag/foto_0000000120151018142447.jpg)>. Acesso em: jun/2016.

CORDON BLEU. Disponível em: <<https://www.cordonbleu.edu/home/pt-br>>. Acesso em: jun/2018.

CORONA, Sonia. **A freira que brilha nos fogões do MasterChef México.** El País. 23 set. 2015. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/09/22/cultura/1442883341\\_823320.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/09/22/cultura/1442883341_823320.html)>. Acesso em: jun/2018.

CRUMPACKER, Bunny. **A vida sexual dos alimentos – uma viagem através da história e da psicologia da comida.** Trad. Drago. São Paulo: Ideia & Ação, 2009.

CRUZ, Laura. **Número de pessoas veganas aumenta 600% em três anos nos EUA.** ANDA. Disponível em: <<https://www.anda.jor.br/2018/01/numero-de-pessoas-veganas-aumenta-600-em-tres-anos-nos-eua/>>. Acesso em: mar/2018.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DEMETERCO, Solange Menezes da Silva. **Doces lembranças: cadernos de receitas e comensalidade – Curitiba: 1900 – 1950.** Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Paraná. 1998. Disponível em:

<<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/24614/D%20-%20DEMETERCO,%20SOLANGE%20MENEZES%20DA%20SILVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: mar/2018.

DIÁRIO REGIONAL. **Dia 29 e o dia de comer o Nhoque da Sorte.** s/d. Disponível em:

<[http://www.diarioregionalrs.com.br/noticias/4770/Tradicao/Dia\\_29\\_e\\_o\\_dia\\_de\\_comer\\_o\\_Nhoque\\_da\\_Sorte](http://www.diarioregionalrs.com.br/noticias/4770/Tradicao/Dia_29_e_o_dia_de_comer_o_Nhoque_da_Sorte)>. Acesso em: fev/2016.

DÓRIA, Carlos Alberto. **Formação da culinária brasileira.** São Paulo: Três Estrelas, 2014.

DUEÑOS DE LA COCINA. <<https://telefe.com/duenos-de-la-cocina/>>. Acesso em: mai/2018.

EL COMERCIO. **“MasterChef Perú”: los fundamentos de la cocina em 15 capítulos.** 24 ago. 2011. Disponível em:

<<http://archivo.elcomercio.pe/gastronomia/peruana/master-chef-fundamentos-cocina-15-capitulos-noticia-1163957>>. Acesso em: jul/2018.

EL DIA. **¿Cómo le fue a “Dueños de la cocina”?** 16 mai. 2017. Disponível em:

<<https://www.eldia.com/nota/2017-5-16-4-7-38--como-le-fue-a-duenos-de-la-cocina--espectaculos>>. Acesso em: mai/2018.

EL FINANCIERO. **Audiencia de ‘realities’ de TV Azteca supera a la de Televisa.** 28 dez. 2016. Disponível em: <<http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/audiencia-de-realities-de-tv-azteca-supera-a-la-de-televisa>>. Acesso em: mai/2018.

EL MUNDO. **MasterChef Junior México: La hermana Flor vuelve a las cocinas.** 11 abr. 2016. Disponível em: <<http://www.elmundo.es/happy-fm/2016/04/11/570b791222601de8788b4609.html>>. Acesso em: jun/2018.

EL UNIVERSAL. **Final de MasterChef alcanza audiencia de 12 millones.** 12 dez. 2017. Disponível em: <<http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/television/final-de-masterchef-alcanza-audiencia-de-12-millones>>. Acesso em: mai/2018.

ELIADE, Mircea. **Mito e realidade.** São Paulo: Perspectiva, 1972.

E-MEC. Ministério da Educação. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: jul/2018.

ESPINOZA, Ignacio. **Nakasone y nuevo ciclo de Masterchef: "Vamos a ver si da".** 12 jun. 2017. Disponível em:

<<https://www.publimetro.cl/cl/entretenimiento/2017/06/13/nakasone-nuevo-ciclo-masterchef-ver-da.html>>. Acesso em: mai/2018

ESTADO DE MINAS. **Mulheres são minoria entre os chefs de Guia famoso da gastronomia.** 9 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.uai.com.br/app/noticia/gastronomia/2018/02/09/noticias-gastronomia,221506/mulheres-sao-minoria-entre-os-chefs-de-guia-famoso-da-gastronomia.shtml>>. Acesso em: mar/2018.

FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Lula/posts/861118357290499>>. Acesso em: fev/2018.

FACEBOOK MASTERCHEF BRASIL. Disponível em: <<https://www.facebook.com/masterchefbr/>>. Acesso em: jul/2018.

FACEBOOK MASTERCHEF PERU. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MasterChefPeru/>>. Acesso em: jun/2016.

FAMOSOS NA WEB. Disponível em: <<https://i0.wp.com/famososnaweb.com/wp-content/uploads/2015/11/masterchef-colombia-ganha-exibicao-no-tlc.jpg?ssl=1>>. Acesso em: mai/2018.

FEED. Bife de chorizo. s/d. Disponível em: <<http://www.feed.com.br/categoria-produtos/bife-de-chorizo/>>. Acesso em: fev/2016.

FELTRIN, Ricardo. **“Masterchef” perde fôlego e tem 2ª pior audiência desde estreia em 2014.** Coluna Ricardo Feltrin. 16 mai. 2018. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2018/05/26/masterchef-perde-folego-e-tem-2-pior-audiencia-desde-estrela-em-2014.htm>>. Acesso em: jul/2018.

FIDALGO, Janaina. **Gastón Acurio, um embaixador à frente do fogão.** Revista Época. 3 mar. 2013. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/vida/noticia/2013/03/gaston-acurio-um-embaixador-frente-do-fogao.html>>. Acesso em: jul/2018.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da alimentação.** Trad. Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. 8. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015.

FOOD MAGAZINE. **Gastronomia peruana: conheça a culinária que está em alta.** 28 mar. 2017. Disponível em: <<https://www.foodmagazine.com.br/noticia-food-service/gastronomia-peruana:-conheca-a-culinaria-que-esta-em-alta>>. Acesso em: jul/2018.

FOOD NETWORK. Disponível em: <<http://foodnetwork.com.br/sobre/>>. Acesso em: fev/2018.

FOX (a). Disponível em: <<https://assets.foxdgc.com/dpp-uploaded/images/masterchef/2showcase.jpg>>. Acesso em: jun/2018.

FOX (b). Disponível em: <[https://assets.foxdgc.com/dpp-uploaded/images/masterchef-junior/masterchef-junior\\_06/seriesDetail-tab-lan.jpg](https://assets.foxdgc.com/dpp-uploaded/images/masterchef-junior/masterchef-junior_06/seriesDetail-tab-lan.jpg)>. Acesso em: jun/2018.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

FRANDOSO, Rogério. **Band está preocupada com desgaste do reality “Masterchef”**. TV Foco. 24 out. 2017. Disponível em: <<https://www.otvfoco.com.br/band-esta-preocupada-com-o-desgaste-reality-masterchef/>>. Acesso em: mai/2018.

FREDERICO, Renata Leite Raposo. **A mediação do gosto: estudo comparativo de informação culinária na mídia impressa e na mídia televisiva**. Dissertação de Mestrado – Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Bauru – SP, 2008.

FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. 2. ed. 2. reimpr. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.

FREYRE, Gilberto. **A presença do açúcar na formação brasileira**. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1975.

FREYRE, Gilberto. **Açúcar: em torno da etnografia, da história e da sociologia do doce no nordeste canavieiro do Brasil**. 2 ed. São Paulo: Editora José Olympio, 1969.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. 48ª ed. São Paulo: Global, 2003.

FORMULA TV. **Telefé se niega a pagar por los derechos de “MasterChef” y se saca de la manga outro talento de cocina**. 16 mar. 2016. Disponível em: <<https://www.formulatv.com/noticias/54720/tefe-se-niega-renovar-masterchef-da-luz-verde-nuevo-talent-cocina/>>. Acesso em: mai/2018.

FUCESP – Federação de Umbanda e Candomblé do Estado de São Paulo. **Amacis, amalás, comidas e bebidas de santo**. 2013. Disponível em: <<http://www.fucesp.com.br/news/amacis-amalas-comidas-bebidas-de-santo/>>. Acesso em: mai/2017.

FURTADO, Silvana. **Visão dos Chefs de cozinha sobre a gastronomia nos programas de TV**. Trabalho apresentado no **VII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**, 2010. Disponível em: <<http://www.anptur.org.br/ocs/index.php/seminario/2010/paper/view/457>>. Acesso em: jan/2016.

GASPAR, Maria Dulce. **Cultura: comunicação, arte, oralidade na pré-história do Brasil**. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, São Paulo, 14: 153-168, 2004. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revmae/article/view/89664/92485>>. Acesso em: mai/2018.

GAZETA DO POVO. **Os 10 destinos internacionais mais procurados por brasileiros em 2018**. 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/turismo/os-10-destinos-internacionais-mais-procurados-por-brasileiros-em-2018/>>. Acesso em: jun/2018.

GUIA DA SEMANA. Disponível em: <https://www.guiadasemana.com.br/reality-shows/noticia/voz-misteriosa-no-masterchef-brasil-rende-memes-na-internet> >. Acesso em: jul/2016.

GUIA DE MÍDIA. **Revistas de Gastronomia / Culinária**. Disponível em: <https://www.guiademidia.com.br/revistas/gastronomicas.htm>>. Acesso em: mar/2018.

GUIA DOS CURIOSOS. **Quais foram os programas de culinária pioneiros da televisão**. s/d. Disponível em: <http://guiadoscuriosos.com.br/blog/2013/10/15/quais-foram-os-programas-de-culinaria-pioneiros-da-televisao/>>. Acesso em: jan/2016.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Trad. Adelaine La Guardia Resende (et al.). 2 ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

HAUCK-LAWSON, Annie S. When food is the voice: a case study of a Polish-American woman. **Journal for the Study of Food and Society**, Vol. 2, No. 1, p. 21-28, 1998. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2752/152897998786690592>>. Acesso em: jun/2016.

HEMEROTECA DIGITAL DE LISBOA. s/d. Disponível em: [http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/OBRAS/BrasilPortugal/1899\\_1900/N1/N1\\_master/N1.pdf](http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/OBRAS/BrasilPortugal/1899_1900/N1/N1_master/N1.pdf)>. Acesso em: jun/2016.

HOEBEL, E. Adamson; FROST, Everett L. **Antropologia cultural e social**. Trad. Euclides Carneiro da Silva. São Paulo: Cultrix, 2006.

HOLGUÍN, Claudia Arango. **Masterchef Colombia se verá también en toda latinoamérica**. C. 22 jan. 2015. Disponível em: <http://www.elcolombiano.com/entretenimiento/television/masterchef-colombia-se-vera-tambien-en-toda-latinoamerica-CC1150721>>. Acesso em: mai/2018

HOLLAND, Mina. **O atlas gastronômico: uma volta ao mundo em 40 cozinhas**. Trad. Elenice Barbosa de Araújo. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2015.

HOLZBACH, Ariane Diniz. A comida como *chef* de um formato televisivo: *MasterChef Brasil versus MasterChef Colômbia*. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo. V. 14, N.39, p. 127-146, jan/abr. 2017. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/0000-0002-8548-0220/pdf>>. Acesso em: jun/2018.

IBGE. **Censo demográfico 2010**. Disponível em: [http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf)>. Acesso em: jun/2017.

INFOOD. **O balanço dos números da Educação Superior em Gastronomia no Brasil**. 19 fev. 2018. Disponível em: <<https://infood.com.br/o-balanco-dos-numeros-da-educacao-superior-em-gastronomia-no-brasil/>>. Acesso em: jul/2018.

JACOB, Helena Maria Afonso. **Comer com os olhos** – Estudo das imagens da cozinha brasileira a partir da revista Claudia Cozinha. Dissertação de Mestrado. PUC-SP, 2006.

JACOB, Helena Maria Afonso. **Comida, culinária e mídia** – Estudo dos ambientes midiáticos e das linguagens da comida e da cozinha. Tese de Doutorado. PUC-SP, 2013.

JANSON, H. W. & JANSON, Anthony F. **Iniciação à História da Arte**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Trad. Ivone Castillo Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KHOURY, CK; etc al. Origins of food crops connect countries worldwide. **Proc. R. Soc. B** 283: 20160792. 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1098/rspb.2016.0792>>. Acesso em: mar/2018.

KIENYKE. **Criticam a Masterchef por usar animais vivos**. 4 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.kienyke.com/tendencias/entretenimiento/masterchef-colombia-criticas>>. Acesso em: jul/2018

KRICKEBERG, Walter. **Mitos y leyendas de los astecas, incas, mayas y muiscas**. Trad. Johanna Faulhaber, Brigitte von Mentz. 14 reimpressão. México: Fondo de Cultura Económica, 2014.

LANZUOLO, Giulia Pagliarini. **Chifa: o jeito peruano de fazer culinária chinesa**. Revista Casa e Jardim. 19 jan. 2016. Disponível em: <<https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Comida/Reportagens/Comida/noticia/2016/01/chifa-o-jeito-peruano-de-fazer-culinaria-chinesa.html>>. Acesso em: jun/2018.

LEONARDO DA VINCI – Discípulo da experiência. *Blog*. s/d. Disponível em: <<http://leonardodavinci.cc/>>. Acesso em: jun/2017.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **A origem dos modos à mesa**. Mitológicas v. 3. Trad. Beatriz Perrone-Moisés. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O cru e o cozido**. Mitológicas v. 4. Trad. Beatriz Perrone-Moisés. 2ª ed. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

LIMA, Juliana Domingos de. **Por que a culinária peruana foi eleita a melhor do mundo pela sexta vez**. Nexo. 13 dez. 2017. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/12/13/Por-que-a-culin%C3%A1ria-peruana-foi-eleita-a-melhor-do-mundo-pela-sexta-vez>>. Acesso em: mai/2018.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: resposta a uma sociedade desorientada. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MADER, Heloísa. O movimento Slow Food no Brasil. In: MIRANDA, Danilo Santos de; CORNELLI, Gabriele (orgs.). **Cultura e alimentação**: saberes alimentares e sabores culturais. p. 165-172. São Paulo: SESC, 2007.

MAFFESOLI, Michel. Mesa, espeço de comunicação. In: DIAS, Celia Maria de Moraes. **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri, SP: Mande, 2002.

MAITE, Sabrina. **Crítica: Masterchef, el primer reality culinario de Argentina**.

Proyector Fantasma. 2014. Disponível em:

<<http://www.proyectorfantasma.com.ar/critica-masterchef-el-primer-reality-culinario-de-argentina/>>. Acesso em: mai/2018.

MALTA, Cynthia. **Grade culinária na TV aumenta 38%**. Observatório da Imprensa. 9 abr. 2014. 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: jan/2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo** – travessias latino-americanas da comunicação na cultura. Trad. Fidelina González. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

MASTERCHEF. Disponível em: <<http://www.masterchef.com/>>. Acesso em: jan/2018.

MASTERCHEF ARGENTINA. Disponível em: <<http://telefe.com/masterchef/#>>. Acesso em: fev/2016.

MASTERCHEF BRASIL. Disponível em:

<<https://entretenimento.band.uol.com.br/masterchef/>>em: jul/2018.

MASTERCHEF CHILE. Disponível em: <<http://www.13.cl/programas/masterchef-chile>>. Acesso em: jan/2016.

MASTERCHEF COLÔMBIA. Disponível em: <<http://masterchef.canalrcn.com/>>. Acesso em: jan/2016.

MAZOYER, Marcel. **História das agriculturas no mundo**: do neolítico à crise contemporânea. Trad. Cláudia F. Falluh Balduino Ferreira. São Paulo: Editora Unesp; Brasília, DF: NEAD, 2010.

MELO, José Marques de. **Comunicação social** – teoria e pesquisa. Petrópolis – RJ: Vozes, 1973.

MEMORIAL DA DEMOCRACIA. Disponível em:

<<http://www.memorialdademocracia.com.br/>>. Acesso: mar/2018.

MIRANDA, Danilo Santos de; CORNELLI, Gabriele (orgs.). **Cultura e alimentação: saberes alimentares e sabores culturais**. São Paulo: SESC, 2007.

MISTURA. Disponível em: <<http://mistura.pe/>>. Acesso em: jul/2018.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: SENAC, 2013.

MORAES, Dênis de. **Crítica da mídia & hegemonia cultural**. 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2016.

MORAES, Vinícius. **Para viver um grande amor**. Organização: Eucanaã Ferraz. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

MORENO, Sarah. **Actriz venezolana gana \$100,000 em MasterChef Latino con pasión y drama**. El Nuevo Herald. 9 abr. 2018. Disponível em: <<https://www.elnuevoherald.com/entretenimiento/television/article208330359.html>>. Acesso em: jul/2018.

MQLTV. Disponível em: <<http://www.mqltv.com/wp-content/uploads/2017/06/157.jpg>>. Acesso em: mai/2018.

MUKUND, Anupama; WANSINK, Brian; WEISLOGEL, Andrew. **Food art does not reflect reality: a quantitative content analysis of meals in popular paintings**. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2158244016654950>>. Acesso em: jun/2017.

NETFLIX. Disponível em: <[www.netflix.com.br](http://www.netflix.com.br)>. Acesso em: jul/2018.

NEWSLINE REPORT. **Lidera Masterchef México la audiencia en su franja**. 21 set. 2016. Disponível em: <<http://www.newslinereport.com/mexico/nota/lidera-masterchef-mxico-la-audiencia-en-su-franja>>. Acesso em: jul/2018.

OBERST, Lindsay. **Why the global rise in vegan and plant-based eating isn't a fad (600% increase in U.S. vegans + other astounding stats)**. Food Revolution Network. 18 jan. 2018. Disponível em: <<https://foodrevolution.org/blog/vegan-statistics-global/>>. Acesso em: mar/2018.

OLIVEIRA, Caroline Cavalcanti de. **A gourmetização como fenômeno mediático: uma análise dos processos de estetização do cotidiano por meio de práticas comunicacionais e de consumo com a gastronomia**. Tese de Doutorado. Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, 2018. Disponível em: <<http://tede.utp.br:8080/jspui/handle/tede/1224>>. Acesso em: mai/2018.

OLIVEIRA, Caroline Cavalcanti de. **Dos modelos televisuais em vídeos na web: desdobramentos midiáticos do programa de receita culinária**. In: **Rumores**. N. 19, vol. 10, janeiro-junho, 2016. Disponível em: <<http://www.periodicos.usp.br/Rumores/article/view/105043/115197>>. Acesso em: jul/2018.

ORNELLAS, Lieselotte Hoeschl. **A alimentação através dos tempos**. 4. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2008.

OSHIMA, Flávia Yuri. **Todo mundo quer ser chef**. Época. 27 nov. 2011. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/vida/vida-util/gastronomia-e-estilo/noticia/2014/11/todo-mundo-quer-ser-bchefb.html>>. Acesso em: mar/2018.

PACHECO, Paulo. **‘Carrasca’ de MasterChef boicota TV e não assistirá programa na Band**. Notícias da TV. 1 set. 2014. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/carrasca-de-masterchef-boicota-tv-e-nao-assistira-ao-programa-na-band-4629>>. Acesso em: mai/2018

PADIGLIONE, Cristina. **Com 47 programas, culinária somou 17% ao caixa da TV no 1º semestre do ano**. TelePadi. Folha de S. Paulo. 21 ago. 2017. Disponível em: <<http://telepadi.folha.uol.com.br/com-interesse-crescente-entre-homens-culinaria-rendeu-r-839-milhoes-tv-no-1o-semester/>>. Acesso em: jul/2018.

PALMIERI JÚNIOR, Valter. **A gourmetização em uma sociedade desigual: um estudo sobre a diferenciação no consumo de alimentos industrializados no Brasil**. Tese de Doutorado. Unicamp, 2017. Disponível em: <[http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/325569/1/PalmieriJunior\\_Valter\\_D.pdf](http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/325569/1/PalmieriJunior_Valter_D.pdf)>. Acesso em: mai/2018.

PERU INFO. **MasterChef UK semi final takes place in Peru**. s/d. Disponível em: <<https://peru.info/en-us/GASTRONOMY/News/2/14/masterchef-uk-semi-final-takes-place-in-peru>>. Acesso em: jul/2018.

PINTEREST, s/d. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/528328600005998142/>>. Acesso em: mar/2018.

POPOL-VUH – O libro del consejo de los índios Quiches. Gnosis - Instituto Cultural Quetzalcoatl de Antropología Psicoanalítica, A.C. Disponível em: <[https://www.samaelgnosis.net/sagrados/pdf/popol\\_vuh.pdf](https://www.samaelgnosis.net/sagrados/pdf/popol_vuh.pdf)>. Acesso em: mar/2018.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. Trad. Rossana Pacheco da Costa Proença, Carmen Sílvia Rial, Jamir Contec. 2. ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2013.

PRANDI, Reginaldo. **Contos e lendas afro-brasileiros: a criação do mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PRANDI, Reginaldo. **Mitologia dos Orixás**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

PROJETO DE LEI Nº 6.299. 2002. Disponível em: <[http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=1669849&filename=Parecer-PL629902-18-06-2018](http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1669849&filename=Parecer-PL629902-18-06-2018)>. Acesso em: jun/2018.

PUBLIMETRO COLOMBIA. **MasterChef regressa con una edición llena de famosos em su cuarta temporada.** 5 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.publimetro.co/co/entretenimiento/2018/06/05/primer-capitulo-de-masterchef-en-vivo.html>>. Acesso em: jul/2018.

PUBLIMETRO COLOMBIA (b). **Este fue el rating de MasterChef em su noche de estreno.** 6 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.publimetro.co/co/entretenimiento/2018/06/06/rating-de-masterchef.html>>. Acesso em: jul/2018.

RÁDIO BANDEIRANTES. **Izabel vence o MasterChef Brasil e anúncio chega primeiro pelo Twitter.** 2015. Disponível em: <http://www.bandeirantes820.com.br/izabel-vence-o-masterchef-brasil-e-anuncio-chega-primeiro-pelo-twitter/>. Acesso em: jun/2016

RESENDE, Aline Marcelina; MELO, Marlene Catarina. Lugar de mulher é na cozinha: uma análise com chefs mulheres sob a lógica da dominação masculina. **IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais.** Porto Alegre, RS, Brasil, 19 a 21 de Outubro de 2016. Disponível em: <<https://anaiscbeo.emnuvens.com.br/cbeo/article/viewFile/59/51>>. Acesso em: set/2017.

RIBEIRO, Carlos; BARROS, Daniela; MAGNO, Eduardo. **Comida é arte:** aspectos culturais e sociais da alimentação do brasileiro através dos tempos. São Paulo: Segmento Farma, 2009.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro.** São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

RITZER, George. **La McDonaldización de la Sociedad.** Trad. Miguel Sautié. México: Editorial Popular S. A., 2006.

SANTOS, Mônica. **Scripps Networks Interactive expande o alcance do canal Food Network com lançamento regional na TV Alphaville.** Maxpress. 24 abr. 2015. Disponível em: <[https://www.maxpress.com.br/Conteudo/1,749778,\\_Scripps\\_Networks\\_Interactive\\_expande\\_o\\_alcance\\_do\\_canal\\_Food\\_Network\\_com\\_lancamento\\_regional\\_na\\_TV\\_Alphaville,749778,1.htm](https://www.maxpress.com.br/Conteudo/1,749778,_Scripps_Networks_Interactive_expande_o_alcance_do_canal_Food_Network_com_lancamento_regional_na_TV_Alphaville,749778,1.htm)>. Acesso em: fev/2018.

SANTOS, Renan. **Sucesso de freira no MasterChef México inspirou Band a escalar padre para o reality.** TV Foco 7 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.otvfoco.com.br/sucesso-de-freira-no-masterchef-mexico-inspirou-band-escalar-padre-para-o-reality/>>. Acesso em: jul/2018.

SAVARIN, Brillat. **A fisiologia do gosto.** Trad. Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SCHLOSSER, Eric. **Fast Food** – el lado oscuro de la comida rápida. Trad. Francisco Ramos. Barcelona: Grijalbo, 2002.

SCHWARCZ, Lilia; STARLING, Heloisa Murgel. **Brasil: uma biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

SEJA VEGANO. Disponível em: <<https://www.sejavegano.com.br/>>. Acesso em: jul/2018.

SILVA, Michelle Cristine Medeiros da; CHAVES, Viviany Moura; LIMA, Clébio dos Santos. Atlas culinário da literatura brasileira. In: **Razón y Palabra**. Vol. 20, Núm. 3\_94, p. 207-232, 2016. Disponível em: <<http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/702>>. Acesso em: jun/2017.

SOCO, MARY. **¿Quiénes son los jueces de MasterChef México 2017?**, 6 nov. 2017. Disponível em: <<https://www.directopaladar.com.mx/chefs/quienes-son-los-jueces-de-masterchef-mexico-2017>>. Acesso em: jun/2018.

SODRÉ, Muniz. **O Brasil simulado e o real**: ensaio sobre o cotidiano nacional. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUZA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Biblioteca On-Line de Ciência da Comunicação, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>>. Acesso em: jan/2018.

STANDAGE, Tom. **Uma história comestível da humanidade**. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

STYCER, Maurício. **“MasterChef” já fica 75% do ano na grade da Band e vê audiência cair**. *Blog do Maurício Stycer*. 7 dez. 2017. Disponível em: <<https://mauriciostyker.blogosfera.uol.com.br/2017/12/07/masterchef-ja-fica-75-do-ano-na-grade-da-band-e-ve-a-audiencia-cair/>>. Acesso em: mai/2018.

SVB – Sociedade Vegetariana Brasileira. Disponível em: <<https://www.svb.org.br/index.php>>. Acesso em: jun/2018.

TELEMUNDO (a). Disponível em: <<http://www.telemundo.com/contactanos>>. Acesso em: jul/2018.

TELEMUNDO (b). Disponível em: <[https://www.telemundo.com/sites/nbcutelemundo/files/images/promo/tv\\_show/2017/12/14/10\\_mcl\\_1920x1080.jpg](https://www.telemundo.com/sites/nbcutelemundo/files/images/promo/tv_show/2017/12/14/10_mcl_1920x1080.jpg)>. Acesso em: jul/2018.

TELEMUNDO (c). Disponível em: <<http://www.telemundo.com/shows/masterchef-latino/presentadores>>. Acesso em: jul/2018.

TELEMUNDO LOCAL. **MasterChef Latino: conoce a los jueces.** 9 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.telemundo52.com/fotos/entretenimiento/masterchef-latino-jueces-araceli-arambula-468486793.html>>. Acesso em: jul/2018.

TESSER, Tereza Cristina. Programas dedicados às mulheres e às crianças marcam os primeiros vinte anos do Rádio, nas emissoras do Rio de Janeiro e São Paulo. **Intercom – V Congresso Nacional de História da Mídia.** 2007. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/5o-encontro-2007-1/Programas%20dedicados%20as%20mulheres%20e%20as%20criancas%20marcam%20os%20primeiros%20vinte%20anos%20do.pdf>>. Acesso em: jul/2018.

TKM. **3 razones por las que MasterChef no pega en Colombia aunque es un gran programa.** 31 mai. 2016. Disponível em: <<https://www.mundotkm.com/co/que-hay-pa-ver/20006/3-razones-por-las-que-masterchef-no-pega-en-colombia-aunque-es-un-gran-programa>>. Acesso em: mai/2018.

TUDO TV NEWS (a). **Masterchef snatches Guinness Record.** 18 out. 2017. Disponível em: <http://www.todotvnews.com/news/masterchef-snatches-guinness-record.html> >. Acesso em: jul/2018.

TUDO TV NEWS (b). **Canal 13 lideró el rating con la final de MasterChef Chile.** 12 jun. 2017. Disponível em: <<http://www.todotvnews.com/news/Canal-13-lidero-el-rating-con-la-final-de-MasterChef-Chile-.html>>. Acesso em: jun/2018

TV AZTECA (a). Disponível em: <<http://static.azteca.com/imagenes/2015/25/masterchef-home.png>>. Acesso em: jul/2016.

TV AZTECA (b). Disponível em: <<http://static.azteca.com/crop/crop.php?width=580&height=&img=http://static.azteca.com/imagenes/2018/10/castingmastercheffechasciudades2018-2198099.jpg&coordinates=50,50>>. Acesso em: jul/2018.

TWITTER MASTERCHEF BR. 2015. Disponível em: <<https://twitter.com/masterchefbr>>. Acesso em: jun/2016.

TWITTER MASTERCHEF PERU. Disponível em: <[https://twitter.com/MasterChef\\_Peru](https://twitter.com/MasterChef_Peru)>. Acesso em: jun/2016.

TWITTER PRODU. 27 fev. 2018. Disponível em: <https://twitter.com/PRODU>>. Acesso em: jul/2018.

UOL. **Canal a cabo Food Network estreia no Brasil com produção local.** 4 nov. 2014. Disponível em: <<https://comidasebebidas.uol.com.br/noticias/redacao/2014/11/04/canal-a-cabo-food-network-estrea-no-brasil-com-producao-local.htm>>. Acesso em: fev/2018.

VAQUER, Gabriel. **MasterChef decepciona no Ibope nacional e é apenas quinto programa mais visto da Band.** Observatório da Televisão. 23 mar. 2018. Disponível em: <<https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/noticia-da-tv/2018/03/masterchef-decepciona-no-ibope-nacional-e-e-apenas-quinto-programa-mais-visto-da-band>>. Acesso em: mai/2018.

VILLA, Fernando Gil. **Elogio de la basura:** la resistencia de los excluidos. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2005.

VILLAFANE, Veronica. **Claudia Sandoval helps Telemundo launch MasterChef Latino.** Forbes. 20 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/veronicavillafane/2018/01/20/claudia-sandoval-helps-telemundo-launch-masterchef-latino/#72e8c73d6978>>. Acesso em: jul/2018.

WEBADICTOS. **MasterChef Junior México 2017 con transmisión em vivo por internet.** 5 mar. 2017. Disponível em: <<https://webadictos.com/2017/03/05/masterchef-junior-mexico-2017/>>. Acesso em: jul/ 2018.

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala:** a linguagem silenciosa da comunicação não verbal. 74 ed. Petrópolis: Vozes, 2015.





---

## **DELIVERY**

### **Anexos**

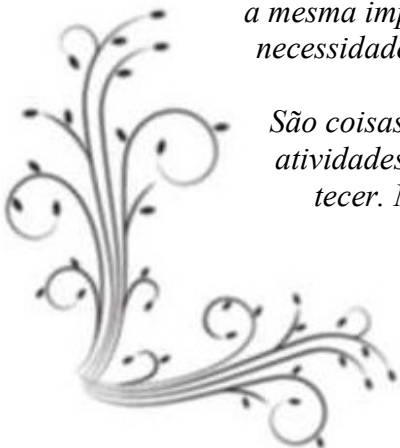
---

*(...) os hábitos alimentares constituem um domínio em que a tradição e a inovação têm a mesma importância, em que o presente e o passado se entrelaçam para satisfazer a necessidade do momento, trazer a alegria de um instante e convir às circunstâncias.*

*(...)*

*São coisas da vida que exigem tanta inteligência, imaginação e memória quanto as atividades tradicionalmente tidas como mais elevadas, como a música ou a arte de tecer. Neste sentido, constituem de fato um dos pontos fortes da cultura comum.*

**Michel de Certeau**



## 1. Conto afro-brasileiro

### Chega de comida crua<sup>113</sup>

Em épocas remotas, havia um feiticeiro a quem Exu ensinara muitos segredos. O feiticeiro poderia usá-los como bem entendesse. Com eles, poderia praticar o bem e o mal, mas seria o único responsável por seus atos. Exu não se comprometia.

Os segredos pertenciam, obviamente, aos orixás, que exigiram do feiticeiro, como compensação, uma grande festa. Mas deveria ser uma festa com alguma novidade, com comidas diferentes daquelas a que os orixás e os homens estavam habituados. Eles estavam cansados de só comer frutas, favas e sementes cruas, peixes tirados diretamente das águas, carnes ainda sangrando. Naquele tempo, a cozinha não era conhecida, nada se cozinhava, comia-se tudo cru. Nem fogo o homem sabia fazer. E agora os deuses estavam enfiados dessa comida e queriam coisa diferente. Mas o quê? Nem eles sabiam.

Reconhecendo a própria incapacidade de satisfazer a vontade dos orixás, o feiticeiro foi até uma encruzilhada e pediu ajuda a Exu, não sem antes depositar ali, em oferenda, sete faisões, água fresca e aguardente.

Para si próprio havia caçado outros três faisões, mas não querendo comê-los naquele momento, escondeu-os, depenados e estripados, entre umas pedras e os cobriu com gravetos e folhas secas para evitar que atraíssem algum animal faminto. E ficou à espera de Exu.

Adetutu, que fora transportada ao lugar onde isso acontecia, sentiu o estômago revirar de nojo só de pensar em comer aquelas aves cruas. Temendo ser convidada para o almoço do feiticeiro, tratou de se esconder atrás de um arbusto.

O feiticeiro esperou um tempão, e Exu não dava sinal de vida. Será que rejeitara a oferenda, pensou? Queria comida nova?

Instantes depois, o feiticeiro ouviu ruídos que vinham da copa das árvores. Elas estavam rindo dele. Ele não gostou nada da brincadeira; evocou Xangô, oferecendo-lhe uma porção de noz-de-cola amarga, que sabia ser de sua predileção. Xangô atendeu ao chamado na hora. Lançou sobre as árvores uma chuva de pedras de raio, provocando um fogaréu que queimou a copa das árvores. As chamas acabaram atingindo também as folhas secas e os gravetos que cobriam a comida do feiticeiro.

---

<sup>113</sup> Conto do livro *Contos e lendas afro-brasileiros: a criação do mundo* - PRANDI, 2007, p.63-71.

Passado o incêndio, com fome, o feiticeiro foi olhar o que restara dos faisões queimados e, muito admirado, se encantou com o cheiro que sobrara das aves. Provou e gostou. Era comida excelente, de sabor inigualável.

Agora ele sabia o que preparar para o banquete dos orixás! Carnes, peixes e vegetais transformados pelo poder do fogo. Foi correndo para casa e contou tudo a sua esposa, que, imediatamente, se dispôs a ajudá-lo.

O feiticeiro explicou a sua mulher como Xangô fizera fogo lançando pedras de raio, e se propôs a imitá-lo. Imaginou que o fogo morava dentro das pedras e concluiu que teria de quebrá-las para libertar as chamas. Batendo uma pedra contra outra, produziu faíscas que acenderam o fogo num amontoado de folhas secas, gravetos e lenha arrumados entre umas pedras.

Assim que o fogo acendeu, a esposa do feiticeiro começou a cozinhar. Um cheiro delicioso se espalhou primeiro pela casa, depois por toda a aldeia, atraindo passantes famintos e curiosos.

“Aqui começa a interminável labuta da mulher à beira de um fogão”, murmurou Adetutu, que tudo acompanhava.

Exu e Xangô que observavam, gulosos, a comida sendo preparada no fogo, lhe fizeram um sinal, concordando. Adetutu fez uma reverência a Exu e beijou a mão de Xangô, que lhe deu de lembrança uma pedra de raio. Ela guardou a pedra na sacolinha de segredos pendurada em seu pescoço.

Quase não acreditou quando foi convidado para provar o banquete dos deuses. Na mesa posta para os orixás, podia escolher entre feijoada, caruru, vatapá, efó, tudo servido em travessas fundas de barro. Também havia tabuleiros repletos de acarajés, acaças, bolas de inhame e abarás; gamelas de amalá; tigelas de canjica com mel e de milho cozido com fatias de coco, feijão-fradinho com camarão seco e rodela de ovos cozidos. Alguidares continham guisados de carnes de caça e de animais de corte, preparados com rodela de cebola, azeite de dendê e pimenta-de-costa; xinxins de galinha; patos e pombos assados com pedaços de inhame; moquecas de peixe com leite de coco e muito coentro. Cestos ofereciam nozes-de-cola, os obis, e nozes-de-cola amargas, chamadas orobôs, além de outras sementes, favas e frutos. Para beber, cabaças de vinho de palma, aluá e água fresca.

Muito diferente da comida do navio negreiro, onde os negros, sempre famintos, comiam rações insuficientes de farinha de mandioca com um pouco de feijão mofado e nacos irrisórios de peixe salgado, carne seca ou toucinho, e bebiam água, quente, que lhes ofereciam em duas porções diárias tão pequenas que mal davam para umedecer a boca.

Adetutu imaginou que os dias e noites passados no navio negreiro eram apenas um sonho ruim, e tratou de encher a pança com a comida preparada para os orixás. Provou de tudo um pouco e se sentiu revigorada.

Os orixás comeram dessa comida e gostaram muito. Satisfeitos, permitiram que todos os humanos também comessem dela. Mais do que nunca, a comida consolidou os vínculos entre os humanos e as divindades. E assim deveria ser para sempre.



## 2 Poemas citados no Quadro 3 – Poesias

### Análise sensorial<sup>114</sup>

Regine Limaverde

Tentei  
o doce  
de tua boca mas provei o salgado  
de meus olhos.

### Bananas podres<sup>115</sup>

Ferreira Gullar

Como um relógio de ouro o podre  
oculto nas frutas  
sobre o balcão (ainda mel  
dentro da casca  
na carne que se faz água) era  
ainda ouro  
o turvo açúcar  
vindo do chão  
e agora  
ali: bananas negras  
como bolsas moles  
onde pousa uma abelha  
e gira  
e gira ponteiro no universo dourado  
(parte mínima da tarde)  
em abril  
enquanto vivemos

E detrás da cidade  
(das pessoas na sala  
ou costurando)  
às costas das pessoas

<sup>114</sup> Disponível em:

<[http://www.academiacearensedeletras.org.br/revista/revistas/2005/ACL\\_2005\\_023\\_Analise\\_sensorial\\_Praga\\_Memoria\\_Minis\\_-\\_Regine\\_Lima\\_verde.pdf](http://www.academiacearensedeletras.org.br/revista/revistas/2005/ACL_2005_023_Analise_sensorial_Praga_Memoria_Minis_-_Regine_Lima_verde.pdf)>. Acesso em: jan/2018.

<sup>115</sup>

Disponível

em:

<<http://www.blocosonline.com.br/literatura/poesia/obrasdigitais/saciedigpv/11/fgullar01.php>>. Acesso em: jan/2018.

à frente delas  
à direita ou  
(de trás das palmas dos coqueiros  
alegres  
e do vento)  
feito um cinturão azul  
e ardente  
o mar  
batendo o seu tambor

que  
da quitanda  
não se escuta

Que tem a ver o mar  
com estas bananas  
já manchadas de morte?  
que ao nosso  
lado viajam  
para o caos  
e azedando  
e ardendo em água e ácidos  
a caminho da noite  
vertiginosamente devagar?

Que tem a ver o mar  
com esse marulho  
de águas sujas  
ferendo nas bananas?  
com estas vozes que falam de vizinhos,  
de bundas, de cachaça?  
Que tem a ver o mar com esse barulho?

Que tem a ver o mar com esse quintal?  
Aqui, de azul,  
apenas há um caco  
de vidro de leite de magnésia  
(osso de anjo)  
que se perderá na terra fofa  
conforme a ação giratória da noite  
e dos perfumes nas folhas  
da hortelã  
Nenhum alarde  
nenhum alarme  
mesmo quando o verão passa gritando  
sobre os nossos telhados

Pouco tem a ver o mar  
com este banheiro de cimento  
e zinco

onde o silêncio é água:  
 uma esmeralda  
 engastada no tanque  
 (e que  
 solta  
 se esvai pelos esgotos  
 por baixo da cidade)  
 Em tudo aqui há mais passado que futuro  
 mais morte do que festa:  
 neste  
 banheiro  
 de água salobra e sombra muito mais que de mar há de floresta  
 muito mais que de mar  
 há de floresta  
 Muito mais que de mar  
 neste banheiro  
 há de bananas podres na quitanda

e nem tanto pela água  
 em que se puem (onde  
 um fogo ao revés  
 foge no açúcar)  
 do que pelo macio dessa vida  
 de fruta  
 inserida na vida da família:  
 um macio de banho às três da tarde

Um macio de casa no Nordeste  
 com seus quartos e sala  
 seu banheiro  
 que esta tarde atravessa para sempre

Um macio de luz ferindo a vida  
 no corpo das pessoas  
 lá no fundo  
 onde bananas podres mar azul  
 fome tanque floresta  
 são um mesmo estampido  
 um mesmo grito

E as pessoas conversam  
 na cozinha  
 ou na sala contam casos  
 e na fala que falam  
 (esse barulho)  
 tanto marulha o mar quanto a floresta  
 tanto  
 fulgura o mel da tarde  
 - o podre fogo –  
 como fulge

a esmeralda de água  
que se foi

Só tem que ver o mar com seu marulho  
com seus martelos brancos  
seu diurno  
relâmpago  
que nos cinge a cintura?

O mar  
só tem a ver o mar com este banheiro  
com este verde quintal com esta quitanda  
só tem a ver  
o mar  
com esta noturna  
terra de quintal  
onde gravitam perfumes e futuros  
o mar o mar  
com seus pistões azuis com sua festa  
tem a ver tem a ver  
com estas bananas  
onde a tarde apodrece feito uma  
carniça vegetal que atrai abelhas  
varejeiras  
tem a ver com esta gente com estes homens  
que o trazem no corpo e até no nome  
tem a ver com estes cômodos escuros  
com esses móveis queimados de pobreza  
com estas paredes velhas com esta pouca  
vida que na boca  
é riso e na barriga  
é fome

No fundo da quitanda  
na penumbra  
ferve a chaga da tarde  
e suas moscas;  
em torno dessa chaga está a casa  
e seus fregueses  
o bairro  
as avenidas  
as ruas os quintais outras quitandas  
outras casas com suas cristaleiras  
outras praças ladeiras e mirantes  
donde se vê o mar  
nosso horizonte.

---

## Comidas típicas do Nordeste<sup>116</sup>

Abdias Campos

Neste cordel de sabores  
Vamos nos deliciar  
Com comidas nordestinas  
De tempero singular  
Numa mesa farturada  
De comida variada  
Para qualquer paladar

Avisamos de antemão  
Como informação real  
Para que fique bem claro  
E que se saiba afinal  
Que todas essas comidas  
Acham-se distribuídas  
Do Sertão ao Litoral

De Estado para Estado  
Também tem variação  
Pois determinados pratos  
Somente se encontrarão  
Em certas localidades  
Nalgumas comunidades  
Desta imensa região

Alguns pratos, nós sabemos,  
Que ultrapassaram fronteiras  
Surgem num certo lugar  
E se espalham pelas beiras  
Dos pratos regionais  
Dos campos e capitais  
Das cozinhas brasileiras

Muitos nomes diferentes  
Vão para a mesma comida  
É comum nós encontrarmos  
Com escrita distinguida  
**(Baião de dois, rubacão)**  
A mesma alimentação  
Por dois nomes, conhecida

Então vamos começar  
Com ele, o **baião de dois**  
Que é um misturado gostoso

---

<sup>116</sup> Disponível em: <[http://www.abdiascampos.com.br/v2/cordel/comidas\\_tipicas.html](http://www.abdiascampos.com.br/v2/cordel/comidas_tipicas.html)>. Acesso em: jun/2017.

De feijão verde e arroz  
 E logo após a comida  
 A **rapadura batida**  
 De sobremesa depois

Sob a força do pilão  
 A carne de sol socada  
 Misturada com a farinha  
 Cebola branca e mais nada  
 Está a **paçoca** pronta  
 Gostosa pra mais da conta  
 Por muitos, apreciada

O **arrumadinho** é feito  
 Feito bem arrumadinho  
 Feijão verde cozinhado  
 Charque frita, cebolinho  
 Coentro e cebola branca  
 Que com a farofa arranca  
 Suspiros pelo caminho

**Bolo de caco**, também,  
 Chamado **orelha de pau**  
**Tarrabufado** (omelete)  
**Arroz de festa, curau**  
**Agulhinha, mariscada**  
**Corredor e panelada**  
 Mesa farta sem igual

Para ficar forte é bom  
 Comer uma **caldeirada**  
**Moqueca de caranguejo**  
 De sobremesa **cocada**  
 Leve também um bombom  
 O gostoso **nego bom**  
 Enquanto pega a estrada

**Bolo de rolo** enrolado  
 Com doce e com massa fina  
**Cuscuz doce** em tabuleiro  
 Pra o povo e gente grã-fina  
**Alfenim, bolo de goma**  
 Se puder de tudo coma  
 Sobre esta mesa divina

**Quebra queixo, puxa-puxa**  
**Mata fome, mungunzá**  
**Beira seca, manauê**  
 Tudo que de doce há  
**Bolo de Souza Leão**

**Grude de goma** na mão  
Para na boca botar

**Mão de vaca, chamberil**  
**Carne de sol, tripa assada**  
**Arroz de leite, xerém**  
E tem também **maxxada**  
O gostoso **escondidinho**  
**Queijo de coalho, espetinho**  
**Cuscuz de milho e rabada**

Tem **manteiga de garrafa**  
Na **tapioca** espalhada  
**Bolo de milho, cartola**  
**Pé de moleque e coalhada**  
**Canjica, tijolo, broa**  
Pra toda e qualquer pessoa  
Ficar bem alimentada

Arroz com carne cortada  
Cortada bem miudinha  
Esta é **Maria Isabel**  
Que está pronta na cozinha  
Prove ainda o **vatapá**  
E o bom **arroz de cuxá**  
Que são de primeira linha

Uma espécie de pirão  
Com leite, tempero e ovo  
É a **cabeça de galo**  
Um verdadeiro renovo  
Pra o corpo debilitado  
Ficar reabilitado  
Com tudo de pé de novo.

---

### Feijoada à minha moda<sup>117</sup>

Vinícius de Moraes

Amiga Helena Sangirardi  
Conforme um dia prometi  
Onde, confesso que esqueci  
E embora — perdoe — tão tarde

(Melhor do que nunca!) este poeta

---

<sup>117</sup> Texto extraído do livro "Para viver um grande amor", Livraria José Olympio Editora - Rio de Janeiro, 1984, p. 97.

Segundo manda a boa ética  
 Envia-lhe a receita (poética)  
 De sua feijoada completa.

Em atenção ao adiantado  
 Da hora em que abrimos o olho  
 O feijão deve, já catado  
 Nos esperar, feliz, de molho

E a cozinheira, por respeito  
 À nossa mestria na arte  
 Já deve ter tacado peito  
 E preparado e posto à parte

Os elementos componentes  
 De um saboroso refogado  
 Tais: cebolas, tomates, dentes  
 De alho — e o que mais for azado

Tudo picado desde cedo  
 De feição a sempre evitar  
 Qualquer contato mais... vulgar  
 Às nossas nobres mãos de cedo.

Enquanto nós, a dar uns toques  
 No que não nos seja a contento  
 Vigiaremos o cozimento  
 Tomando o nosso uísque on the rocks

Uma vez cozido o feijão  
 (Umás quatro horas, fogo médio)  
 Nós, bocejando o nosso tédio  
 Nos chegaremos ao fogão

E em elegante curvatura:  
 Um pé adiante e o braço às costas  
 Provaremos a rica negrura  
 Por onde devem boiar postas

De carne-seca succulenta  
 Gordos paios, nédio toucinho  
 (Nunca orelhas de bacorinho  
 Que a tornam em excesso opulenta!)

E — atenção! — segredo modesto  
 Mas meu, no tocante à feijoada:  
 Uma língua fresca pelada  
 Posta a cozer com todo o resto.

Feito o quê, retire-se o caroço

Bastante, que bem amassado  
Junta-se ao belo refogado  
De modo a ter-se um molho grosso

Que vai de volta ao caldeirão  
No qual o poeta, em bom agouro  
Deve esparzir folhas de louro  
Com um gesto clássico e pagão.

Inútil dizer que, entrementes  
Em chama à parte desta liça  
Devem fritar, todas contentes  
Lindas rodelas de linguiça

Enquanto ao lado, em fogo brando  
Dismilingüindo-se de gozo  
Deve também se estar fritando  
O torresminho delicioso

Em cuja gordura, de resto  
(Melhor gordura nunca houve!)  
Deve depois frigar a couve  
Picada, em fogo alegre e presto.

Uma farofa? — tem seus dias...  
Porém que seja na manteiga!  
A laranja gelada, em fatias  
(Seleta ou da Bahia) — e chega

Só na última cozedura  
Para levar à mesa, deixa-se  
Cair um pouco da gordura  
Da lingüiça na iguaria — e mexa-se.

Que prazer mais um corpo pede  
Após comido um tal feijão?  
— Evidentemente uma rede  
E um gato para passar a mão...

Dever cumprido. Nunca é vã  
A palavra de um poeta...— jamais!  
Abraça-a, em Brillat-Savarin  
O seu Vinicius de Moraes

---

**Ode a cebola<sup>118</sup>**

Pablo Neruda

Luminosa redoma  
pétala a pétala  
cresceu a tua formosura  
escamas de cristal te acrescentaram  
e no segredo da terra escura  
se foi arredondando o teu ventre de orvalho.  
Sob a terra  
foi o milagre  
e quando apareceu  
o teu rude caule verde  
e nasceram as tuas folhas como espadas na horta,  
a terra acumulou o seu poderio  
mostrando a tua nua transparência,  
e como em Afrodite o mar remoto  
duplicou a magnólia  
levantando os seus seios,  
a terra  
assim te fez  
cebola  
clara como um planeta  
a reluzir,  
constelação constante,  
redonda rosa de água,  
sobre  
a mesa  
das gentes pobres.

Generosa  
desfazes  
o teu globo de frescura  
na consumação  
fervente da frigideira  
e os estilhaços de cristal  
no calor inflamado do azeite  
transformam-se em frisadas plumas de ouro.

Também recordarei como fecunda  
a tua influência, o amor, na salada  
e parece que o céu contribui  
dando-te fina forma de granizo  
a celebrar a tua claridade picada  
sobre os hemisférios de um tomate.  
mas ao alcance

---

<sup>118</sup> Disponível em: <<http://cozinhaomsaude.blogspot.com.br/p/culinaria-poetica.html>>. Acesso em: janeiro de 2018.

das mãos do povo  
 regada com azeite  
 polvilhada  
 com um pouco de sal,  
 matas a fome  
 do jornaleiro no seu duro caminho.  
 estrela dos pobres,  
 fada madrinha  
 envolvida em delicado  
 papel, saís do chão  
 eterna, intacta, pura  
 como semente de um astro  
 e ao cortar-te  
 a faca na cozinha  
 sobe a única  
 lágrima sem pena.  
 Fizeste-nos chorar sem nos afligir.

Eu tudo o que existe celebrei, cebola  
 Mas para mim és  
 mais formosa que uma ave  
 de penas radiosas  
 és para os meus olhos  
 globo celeste, taça de platina  
 baile imóvel  
 de nívea anémoma

e vive a fragrância da Terra  
 na tua natureza cristalina.

### Poema culinário<sup>119</sup>

Carlos Drummond de Andrade

No croquete de galinha,  
 A cebola batidinha  
 Com duas folhas de louro  
 Vale mais do que um tesouro  
 Também dois dentes de alho  
 Nunca serão espantalho.  
 (Ao contrário)  
 E três tomates,  
 Em vez de causar dislates,  
 Sem peles e sem sementes,  
 São ajudas pertinentes

<sup>119</sup> Disponível em: <<http://www.malaguetacomunicacao.com.br/noticia/intencoes-culinarias-de-drummond/>>. Acesso em: jan/2018.

Ao lado do sal, da salsa,  
(A receita nunca é falsa)  
Todos boiam na manteiga  
De natural doce e meiga.  
E para maior deleite,  
copo e meio de leite.  
Ah, me esqueci: três ovos  
Bem graúdos e bem novos  
Junto à farinha de rosca  
(Espante-se logo a mosca)  
a pitada de óleo,  
Sem se manchar o linóleo,  
E mais farinha de trigo...  
Ai, meu Deus, deixa comigo!



### 3 Pesquisa realizada em 2016 – Pratos representativos do Brasil e do México

Com uma enquete aplicada a cem pessoas em um evento sediado na Cidade do México (2016), foi possível ter uma percepção de como os brasileiros e os estrangeiros vêm a comida brasileira. Na verdade, essa foi uma pesquisa aplicada para que os entrevistados indicassem o primeiro prato brasileiro que lhes viesse à cabeça, com o objetivo de conhecer o repertório memorial dessas pessoas sobre o que o Brasil oferece em sua culinária.

As questões se limitaram à:

- Nacionalidade
- Idade
- Cite um prato brasileiro
- Cite um prato mexicano

O quarto item da enquete foi adicionado com o objetivo de buscar compreender o grau de conhecimento acerca da culinária mexicana, já que a pesquisa foi aplicada naquele país.

Os dados referentes ao Brasil, podem ser vistos a seguir:

Pratos significativos da culinária brasileira.

<b>País</b>	<b>Comida Brasileira</b>
Brasil	Feijoada
Colômbia	-
Colômbia	-
Colômbia	-
Brasil	Arroz, feijão e bife
Brasil	Pato no Tucupi
Brasil	Feijoada
Argentina	Pão de queijo
Brasil	Maniçoba
Cuba	Feijoada
Cuba	-
México	Feijoada
México	Espadas / Caipirinha
Brasil	Feijoada
Brasil	Churrasco
Brasil	Vatapá
Brasil	Feijoada
Brasil	Feijoada
Brasil	Feijoada
México	Espadas de carne
Peru	Feijoada

Brasil	Arroz e feijão
Brasil	Feijão / Arroz / Churrasco
Brasil	Feijoada
Brasil	Feijoada
Colômbia	-
Colômbia	-
Brasil	Arroz e feijão
México	-
Chile	Feijoada
Colômbia	-
Brasil	Picanha
Brasil	Frango com quiabo
Costa Rica	Brigadeiro
Brasil	Tutu à mineira
Brasil	Vatapá
Alemanha	Feijoada
Colômbia	Rodizio
México	Churrasco
México	Cortes de carne
Colômbia	Carne
Brasil	Feijoada
Colômbia	Guaraná
Brasil	Feijão
Brasil	Feijoada
Colômbia	<i>Frijolada</i>
Brasil	Feijão com arroz
Brasil	Feijão e arroz
México	Caipirinha
México	Churrasco
Brasil	Feijoada
Brasil	Arroz, feijão, bife, ovo
Brasil	Feijoada
México	Caipirinha
Brasil	Feijoada
Brasil	Feijoada
Brasil	Churrasco
Brasil	Feijoada
Brasil	Feijoada ou churrasco
Angola	Feijoada
Brasil	Feijoada
Bolívia	Moqueca de peixe
Brasil	Feijoada
Peru	Feijoada
México	-
Brasil	Feijoada
Argentina	Moqueca
Brasil	Galinhada
Brasil	Bobó de camarão
Chile	-
Colômbia	-
Colômbia	Feijoada
Colômbia	Mariscos
Colômbia	Churrasco
Bolívia	-

Costa Rica	Feijoada
Brasil	Maniçoba
México	Vatapá
Brasil	Feijoada
Brasil	Feijoada
Brasil	Feijoada
Colômbia	Feijoada
Argentina	Feijoada
Colômbia	-
México	Não conhece
México	Não conhece
México	<i>Cortes / espadas</i>
Argentina	<i>Frijolada</i>
México	Brigadeiro
México	<i>Yuca frita</i>
Brasil	Feijoada
Argentina	Feijoada
Peru	Feijoada
México	<i>Picaña con papa</i>
Chile	<i>Pau de queso</i>
Chile	Feijoada
Chile	<i>No podria mencionar ni una</i>
Brasil	Arroz e feijão
Brasil	Churrasco
Brasil	Feijoada
México	<i>Arroz con frijoles / Pao de queso</i>
Peru	-
Brasil	Feijoada

Fonte: Da autora, 2018.

Os dados da tabela trazem muitas informações que podem ser analisadas no contexto da pesquisa. Entre os cem entrevistados, 47 são brasileiros, que trouxeram uma certa diversidade ao estudo, principalmente pelo fato de, possivelmente, estarem distribuídos pelas diversas regiões do país, como nos pratos “pato no tucupi”, “galinhada” e brigadeiro.

No entanto, o que interessa a esta pesquisa é mesmo o prato que mais remete à culinária brasileira e que, de acordo com os números obtidos (41), trata-se da feijoada, prato citado por brasileiros e, também, por estrangeiros de países como Alemanha, Angola e Peru.

Na mesma pesquisa, como foi perguntado sobre o México, achou-se necessário mostrar que a feijoada brasileira, em números, equiparou-se aos famosos tacos mexicanos, que obtiveram 51 citações.

## Pratos significativos da culinária mexicana.

<b>País</b>	<b>Comida Mexicana</b>
Brasil	<i>Tacos</i>
Colômbia	<i>Burrito</i>
Colômbia	<i>Tacos</i>
Colômbia	<i>Quesadilla</i>
Brasil	<i>Tortilla / Tacos</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Taco</i>
Argentina	<i>Chiles em nogada</i>
Brasil	<i>Taco</i>
Cuba	<i>Chiles em nogada</i>
Cuba	<i>Taco al pastor</i>
México	<i>Mole negro</i>
México	<i>Chiles em nogada</i>
Brasil	<i>Guacamole</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Tacos / Tortillas</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Burritos</i>
México	<i>Chile em nogada</i>
Peru	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Taco / Tortilla</i>
Brasil	<i>Guacamole / Tacos</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Taco</i>
Colômbia	<i>Flautas</i>
Colômbia	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Tortillas</i>
México	<i>Pozole</i>
Chile	<i>Tacos</i>
Colômbia	<i>Tacos / Nachos</i>
Brasil	<i>Tortillas</i>
Brasil	<i>Sopa de amêijoá</i>
Costa Rica	<i>Sopa de tortilla</i>
Brasil	<i>Chilaquiles</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Alemanha	<i>Frijoles con puerco</i>
Colômbia	<i>Sopes</i>
México	<i>Tostadas</i>
México	<i>Sopes</i>
Colômbia	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Colômbia	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Guacamole</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Colômbia	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Taco</i>
México	<i>Chiles em nogada</i>
México	<i>Mole</i>

Brasil	<i>Taco</i>
Brasil	<i>Guacamole</i>
Brasil	<i>Taco</i>
México	<i>Mole</i>
Brasil	<i>Quesadilla</i>
Brasil	<i>Taco com guacamole</i>
Brasil	<i>Pastel</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Enchilada / Tacos</i>
Angola	<i>Taco e guacamole</i>
Brasil	<i>Taco e guacamole</i>
Bolívia	<i>Enchiladas</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Peru	<i>Tacos</i>
México	<i>Mole poblano con pollo</i>
Brasil	<i>Tortillas</i>
Argentina	<i>Tacos / Carne com salsa de mole</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Frijoles refritos</i>
Chile	<i>Chile nogado</i>
Colômbia	<i>Enchiladas</i>
Colômbia	<i>Mole poblano</i>
Colômbia	<i>Enchiladas</i>
Colômbia	<i>Chiles em nogada</i>
Bolívia	<i>Tacos</i>
Costa Rica	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Taco suadero</i>
México	<i>Chiles em nogada</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Flauta</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Colômbia	<i>Fajitas de pollo</i>
Argentina	<i>Tacos</i>
Colômbia	<i>Pozole</i>
México	<i>Enchiladas</i>
México	<i>Birria tipo sonora</i>
México	<i>Huazontles</i>
Argentina	<i>Burritos</i>
México	<i>Tamales oaxaqueños</i>
México	<i>Mole</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Argentina	<i>Tacos</i>
Peru	<i>Tamal</i>
México	<i>Enchiladas</i>
Chile	<i>Tacos</i>
Chile	<i>Quesadilla</i>
Chile	<i>Galleta de atún</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Cecina</i>
Brasil	<i>Tacos</i>
México	<i>Asado de puerco</i>
Peru	<i>Tacos</i>
Brasil	<i>Taco</i>

Fonte: Da autora, 2018.

#### 4 Pesquisa realizada em 2016 – Culinária brasileira

Para buscar referenciais sobre a comida no Brasil, foi realizada uma pesquisa com participantes do evento Revelando São Paulo, na cidade de São José dos Campos, no ano de 2016. O objetivo também foi buscar compreender o referencial que as pessoas que estavam presentes no evento tinham sobre a culinária paulista.

O questionário pedia para que os entrevistados indicassem duas comidas: uma que representasse a culinária brasileira e outra a culinária paulista. Os resultados obtidos sobre a comida brasileira estão disponibilizados no quadro abaixo:

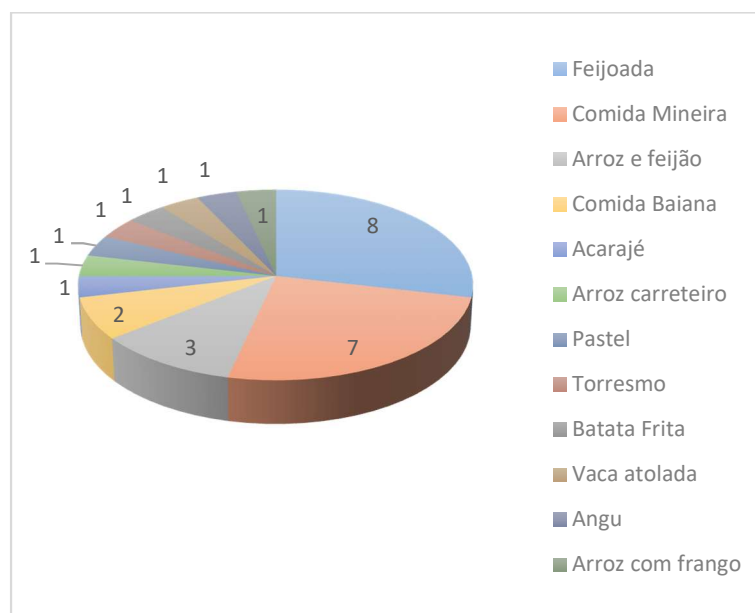
##### Pratos que representam a culinária brasileira

Pratos	Nº citações
Arroz e feijão	3
Acarajé	1
Feijoada	8
Arroz carreteiro	1
Baiana	2
Mineira	7
Pastel	1
Torresmo	1
Batata frita	1
Vaca atolada	1
Angu	1
Arroz com frango	1

Fonte: Da Autora, 2018.

A representação gráfica possibilita uma melhor compreensão: dos dados dispostos no quadro:

### Pratos citados da culinária brasileira



Fonte: Da autora, 2018.

De acordo com o gráfico, vê-se que a feijoada é o prato que mais remete à culinária brasileira, seguido de perto pela culinária chamada pelos entrevistados de mineira. Os pratos que seguem estão, em números, a uma grande distância do primeiro e segundo lugares, o que indica que a feijoada e a comida mineira estão presentes no imaginário dos visitantes do evento.

O interessante é notar que, apesar do Revelando São Paulo ser um evento para a exaltação da culinária tradicional paulista, ainda assim a memória culinária de seus visitantes mostra pratos que não são, essencialmente, originários do Estado.

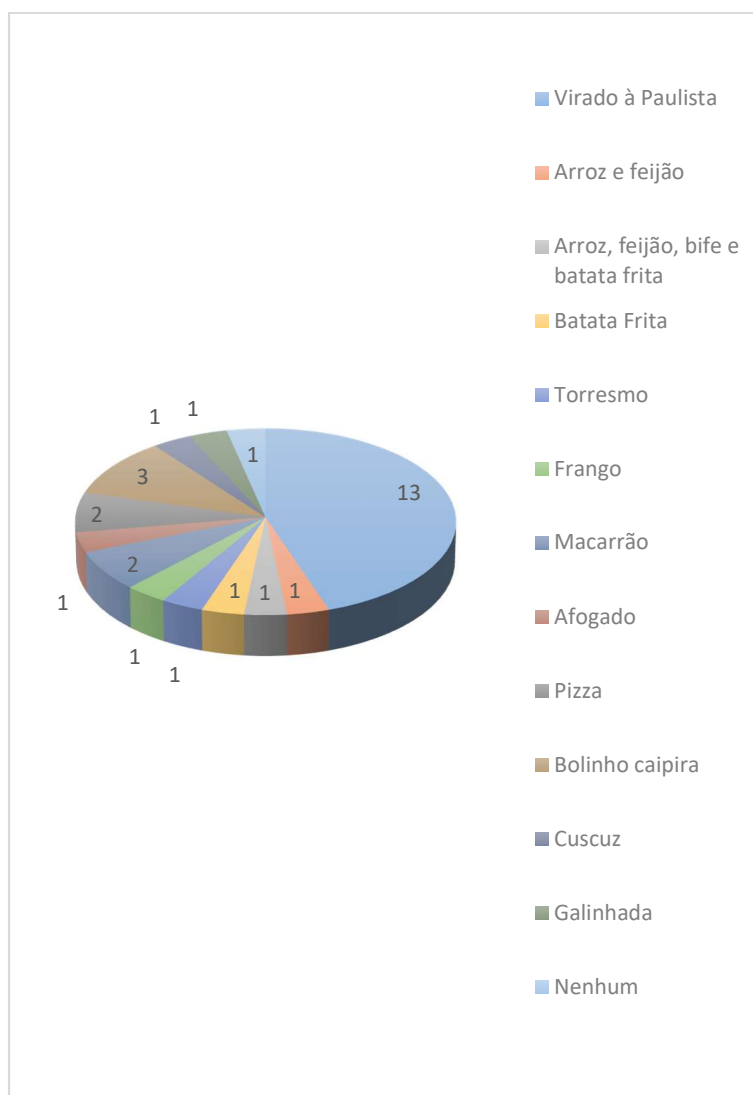
### Pratos que representam a culinária paulista

Pratos	Nº citações
Torresmo	1
Arroz e feijão	1
Arroz, feijão, bife e batata frita	1
Batata frita	1
Virado à Paulista	13
Frango	1
Macarrão	2
Afogado	1
Pizza	2
Bolinho caipira	3
Cuscuz	1
Galinhada	1
Nenhum	1

Fonte: Da autora, 2018.

No quadro existe um prato que foi considerado pelos entrevistados como o mais característico da culinária paulista: o “Virado à Paulista”. O interessante é que, conversando com as pessoas, muitas delas disseram conhecer o prato e citá-lo somente pelo nome e não porque o tenham comido. A aparição dessa preparação fica mais evidente de acordo com o gráfico abaixo:

Pratos citados da culinária paulista



Fonte: Da autora, 2018.

