

MESA PRA DOIS: GASTRONOMIA E CULTURA

Por

Renato Coelho Gonçalves de Almeida

Monografia de conclusão de curso
encaminhada ao Depto
de Comunicação e Artes
Orientador:
Prof. Nilson Alvarenga

UFJF – FACOM
Juiz de Fora 1º Semestre de 2006

ALMEIDA, Renato Coelho Gonçalves de. *Mesa pra dois: gastronomia e cultura*. Juiz de Fora: UFJF, FACOM, 1º Semestre de 2006. 71 páginas. Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Nilson Alvarenga (orientador)

Prof. Cristiano Rodrigues (convidado)

Prof. Cristina Brandão (convidado)

Projeto examinado em:

Nota: _____ (_____)

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS

1. INTRODUÇÃO	05
2. ENTRADA: GLOBALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURAIS DA GASTRONOMIA	08
2.1. Globalização e a busca pelo local	08
2.2. Aspectos socioculturais da alimentação e os efeitos da globalização	17
2.2.1 O prazer de comer e a cozinha como arte	25
3. PRATO PRINCIPAL: HIBRIDISMO CULTURAL	30
3.1. O popular e o culto	30
3.2. Descolecionamento e Desterritorialização	35
3.3. O estudo das culturas híbridas	38
4. SOBREMESA: MESA PARA DOIS	45
4.1. Análise descritiva	45
4.1.1. Apresentação	45
4.1.2. Áudio	47
4.1.3. Câmeras	49
4.1.4. Edição	50
4.1.5. Cenografia	51
4.1.6. Iluminação	53
4.2. Análise crítica Mesa pra Dois	53
5. CONCLUSÃO	63
6. BIBLIOGRAFIA	66

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Nilson Alvarenga, por gostar de gastronomia como eu e aceitar o desafio, e pelos encontros em que saímos com tudo resolvido.

À amiga e futura *chef* de cozinha, Fernanda Fartes, pela idéia, por toda a bibliografia sobre gastronomia, pela amizade e por tornar tudo mais gostoso.

À meus amigos, pela força e paciência.

Aos professores da Facom, por terem contribuído, de alguma forma, para que eu chegasse até aqui.

Ao meu pai Renato e aos meus irmãos Felipe e Mariana, pela amizade e apoio.

À minha mãe Cristina, pelos momentos que passamos juntos na cozinha e pelas suas deliciosas tortas.

1. INTRODUÇÃO

Podemos encontrar o mundo em nosso prato de comida. Todos os ingredientes do nosso passado e presente podem ser identificados e lidos em nossas receitas ou em nosso dia-a-dia. Eles estão presentes nos relacionamentos, bem como nas características que identificam indivíduos e sociedades. Podemos afirmar, portanto, que, através da gastronomia, encontramos o lugar que nossa sociedade ocupa no mundo. A história da culinária é cultural.

O ato de comer possui um sentido simbólico para o homem. Cozinhar é uma ação cultural que nos liga a nossa história, ao que produzimos, cremos e projetamos. Deste modo, podemos, entender que a comida constitui um conjunto de fatores culturais, pois em cada região – nos países ao redor do mundo ou dentro até de um mesmo país – está presente uma maneira peculiar para se preparar alimentos. Além da característica de suprir as necessidades físicas do homem, a comida simboliza algo para as sociedades.

A gastronomia é um dos temas que mais tem sido veiculados nos meios de comunicação, juntamente com o seu reconhecimento e sua importância para a cultura no Brasil. O assunto, assim, deixou de ser periférico e se tornou comum em jornais, revistas, televisão e internet. Dessa forma, Em vez de freqüentar apenas seções de receitas das publicações e programas femininos, como antigamente, a gastronomia passou a desempenhar um papel recorrente nos meios massivos de todos os tipos, voltados para públicos variados, tanto para as classes cultas como populares.

Inicialmente, a metodologia utilizada para a realização deste estudo monográfico buscou, por um lado, uma revisão bibliográfica sobre os aspectos que envolvem o processo de globalização e as características socioculturais da gastronomia e, por outro lado, uma avaliação do que seria cultura culta, popular para as massas. Optamos centralizar a análise

em um programa de televisão. A escolha deste veículo midiático se justifica por juntar imagem e som ao mesmo tempo, ou seja, por ser um instrumento audiovisual, apresentando, assim, grande aceitação pelo público atual.

Para melhor demonstrarmos a temática deste trabalho, com vistas a seu aprofundamento, optamos fazer uma análise do programa Mesa pra Dois, veiculado no canal de TV por assinatura, GNT, com os cozinheiros Alex Atala e Flávia Quaresma. Isso porque a união das diversidades culturais do Brasil à prática gastronômica constitui uma característica básica do programa. Este apresenta a variedade da cultura alimentar em nosso país dividindo-se em gravações externas (nas ruas) e apresentações em estúdio. No Mesa pra Dois, a culinária Flávia Quaresma viaja todo o território brasileiro em busca de pratos, especiarias e ingredientes típicos de cada região. Deste modo, Flávia mostra para o telespectador não só a comida, mas também a cultura presente nessas localidades. Já Alex Atala, apresenta o programa numa cozinha montada em estúdio, onde prepara pratos elaborados a partir de ingredientes apresentados na rua por Flávia Quaresma.

Alex e Flávia fazem uma cozinha contemporânea e internacional, ou seja, **eles** realizam receitas sofisticadas com influência da gastronomia mundial – principalmente francesa – unindo outras tradições culturais aos produtos típicos do Brasil, como, por exemplo, a mandioca. A busca desta gastronomia tipicamente brasileira está diretamente relacionada ao prazer existente no ato de comer, considerando a preparação de alimentos como uma forma de arte. Para Ariovaldo Franco, esta cozinha pode ser entendida através de um novo sentido que a palavra *gourmet* acarreta em si:

Gourmet assume acepção bem distinta da que teve até há pouco tempo, quando se defendia tomando como ponto de referência quase único a *haute cuisine* francesa. Ser *gourmet* hoje, significa, além de consumidor avisado e interessado em tudo que bebe e come, pessoa que aprendeu a degustar prazerosamente os alimentos, sabendo avaliá-los segundo critérios que não advêm exclusivamente da socialização. Ser *gourmet* é, portanto, transcender o chauvinismo culinário e poder

realizar uma mistura sutil de tradição e de curiosidade pelo novo (FRANCO. 2001: p. 246).

A monografia está estruturada em três capítulos. Observar como se deu o processo de globalização, suas características básicas e seus efeitos – a busca por identidades territoriais e locais – é um dos objetivos do primeiro capítulo. Neste, ainda falaremos de que maneira a gastronomia adquire importância em seu contexto social e cultural recorrendo ao estudo de temas como a história da gastronomia, a sua função social, a cozinha como cultura e identidade de um país, o prazer de comer e a cozinha como arte. Juntamente com estas análises, confrontamos os aspectos gastronômicos com os efeitos da globalização.

No capítulo 2, utilizaremos a análise do argentino Néstor Garcia Canclini sobre culturas híbridas. Em seus estudos, Canclini discute algumas peculiaridades dos países da América Latina, ressaltando que os aspectos representativos dos avanços tecnológicos e da modernidade, nesses países, coexistem com suas tradições, as quais permanecem presentes no cotidiano de cada cidadão latino. Buscando uma relação entre as culturas cultas, populares e dos meios de comunicação de massa, o estudioso defende que cultura atual deve ser encarada procurando entender a existência de um processo hibridação. Dentro deste contexto, tentamos enxergar de que forma a gastronomia, como uma manifestação cultural, se encaixa nos conceitos de classes populares, de elite e de massa, definindo seu caráter híbrido.

Realizar uma análise descritiva dos aspectos técnicos, como sonoplastia, câmeras, edição, cenário, iluminação, além das características de conteúdo do programa Mesa pra Dois constitui a primeira parte do capítulo 3. Procuramos enxergar como estes elementos são repercutidos para estruturar e conferir identidade ao programa. Num segundo momento, tentamos fazer uma análise crítica de Mesa pra Dois, relacionando os

parâmetros básicos afirmados nos dois primeiros capítulos. Vamos analisar se o programa consegue, dentro de um veículo de comunicação de massa (televisão), ser um espaço de articulação dos três matizes culturais estudados: cultura culta (alta gastronomia), cultura popular e cultura de massas.

2. ENTRADA: GLOBALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS SOCIOCULTURAIS DA GASTRONOMIA

Em restaurantes conceituados, a nomenclatura “entrada” é dada para o início da refeição, o primeiro prato servido quando sentamos à mesa. Da mesma forma, nomeamos este primeiro capítulo, a fim de apresentar as primeiras idéias de nossa pesquisa. A gastronomia – como constituinte de uma prática sócio-cultural e suas transformações através dos séculos, até a chegada da era chamada globalização (grande difusão de restaurantes *fast food*) – é o tema principal deste primeiro capítulo. Ademais, procuramos estudar a busca do sentimento de pertencimento à um local determinado, em meio a atomização do indivíduo, o gerada pela inovação tecnológicas e pela marcante influência dos meios de comunicação. Tentaremos ver como isto é refletido na comida. Ao final faremos considerações sobre a cozinha como arte.

2.1. Globalização e a busca pelo local

Globalização é uma palavra que está na moda hoje em dia. Muitas vezes, é encarada como mágica para explicar todas as transformações que o indivíduo vem vivenciando nas últimas décadas e, ainda, como um verbete com capacidade de justificar ou desculpar todas as dúvidas e mistérios do presente e do futuro. Para muitos, globalização é o motivo de nossas frustrações; enquanto que para outros é a chave para sermos felizes. O que se sabe ao certo é que esta globalização, mundialização, planetarização, ocidentalização – com outras várias denominações – é um processo irreversível do mundo e que afeta a todos os indivíduos, na mesma medida e de várias maneiras.

Mas como todo artigo que está na moda, quanto mais experiências tentam-se explicar e formatar, mais apagadas e vazias elas se tornam. Um conceito que antes se usava para captar as práticas humanas, se dissolve e vira realidade, material. Mas nesse fenômeno chamado de globalização há mais coisas que imaginamos e apreendemos. Fazendo uma análise de causas e conseqüências sociais, percebemos que os processos globalizadores não têm a unidade de efeitos que se supõe normalmente.

Como afirma Sigmunt Bauman, neste processo “todos nós estamos, a contragosto, por desígnio ou à revelia, em movimento. Estamos em movimento mesmo que fisicamente estejamos imóveis: a imobilidade não é uma opção realista num mundo em permanente mudança” (BAUMAN,1998: p.8). O uso de tempo e espaço torna-se diferente das sociedades anteriores. O espaço deixou de ser um obstáculo. A globalização tanto separa como une e, ainda podemos dizer, que separa enquanto une. Percebemos que as noções das atividades sociais, políticas, econômicas, culturais e alimentares estarão sempre vinculadas com os negócios, as finanças, o comércio e o acelerado fluxo de informação. Ou seja, as relações humanas passarão sempre pela lógica do “capital”. Mas, na contra-mão, é estudado um processo inverso de localização, de territorialização, que determina uma fixação no espaço.

Os processos de globalização devem ser encarados como uma tomada de consciência de que o mundo é, agora, um único lugar, em que o aumento dos contatos torna-se inevitável, de que temos um maior espaço dialógico, no qual se pode esperar muitas discordâncias, colisão de idéias e conflitos. Não devemos esperar um consenso e um trabalho conjunto. Um fator determinante é a intensificação do fluxo de informações, conhecimentos, mercadorias, pessoas e imagens. Como conseqüência, as pessoas acabam perdendo a noção de espaço geográfico, utilizado para delimitar territórios. Muitos autores irão falar que as fronteiras foram quebradas. Raquel Paiva diz que o “final das barreiras

instaura uma nova ordem, onde os limites são absorvidos pela prerrogativa do universal. Tudo passa a ser *trans*, extrapolando seu limite inicial e absorvendo outras áreas e setores”. (PAIVA, 1998: p.13)

A globalização traz uma consequência paradoxal. A ausência de limites do planeta e a percepção de finitude pode sugerir - como foi abordado de uma maneira alarmista nos primeiros estudos realizados do processo de planetarização – uma homogeneização das sociedades, das políticas, das culturas, da gastronomia, etc. Mas o que vemos nos dias atuais é uma capacidade do indivíduo de familiarizar-se, antes de tudo, com a maior diversidade e multiplicidade, além da grande dimensão das culturas locais. O teórico Néstor Garcia Canclini realizou investigações sobre o processo de globalização, tomando como objetos básicos de estudo as cidades e as indústrias culturais da América Latina. O autor estuda a globalização como um processo de fracionamento articulado do mundo e de recomposição das suas partes; não sendo, pois, um simples processo de homogeneização, mas, sim, de reordenamento das diferenças e desigualdades, sem suprimi-las. Por consequência, Canclini diz que multiculturalidade é um tema indissociável dos movimentos globalizadores.

No final do século XX, com o fim da chamada Guerra Fria e a posterior polarização entre os EUA e a antiga União Soviética, ocorre um equilíbrio do poder que vai ter como consequência a formação de uma cultura global. Além disso, também ocorre a ascensão do Ocidente e sua cultura frente ao imperialismo americano. Agrupamentos das mais diferentes nações se unem nos blocos econômicos através de laços financeiros e comerciais (é nesta época que surge a União Européia) mais próximos. Um desenvolvimento cada vez maior da tecnologia (meios de comunicação e transporte mais rápidos e eficientes) acarreta num aumento de intercâmbio e modifica as relações entre as nações e o capital. Todavia, isso não irá significar uma maior tolerância ou cosmopolitismo, mas um retrocesso diante

da ameaça de desordem cultural, buscando abrigo na segurança da etnicidade, do tradicionalismo e do fundamentalismo. Falar de cultura global significa igualmente incluir estas formas de contestação cultural.

Frente à total disseminação de regras de livre comércio e, sobretudo, ao livre movimento do capital e das finanças, a economia mundial é progressivamente isenta do controle político. Os países procuram não interferir diretamente nas movimentações dos mercados mundiais, cabendo a eles manter as pressões locais da população sob controle e o orçamento equilibrado.

E qual seria o papel e a característica desse indivíduo globalizado? A idéia do repouso, de imobilidade só faz sentindo num mundo que permanece parado, mas como já vimos, o mundo pós-moderno está em constante movimento. Há uma mudança e encurtamento da relação de espaço/tempo e os pontos de referência tomam características “deslizantes”, como se estivessem sobre rodas. Tudo se dá de uma forma bastante acelerada. Desta maneira, o indivíduo passa a ser um *flaneur*, um viajante que terá de se situar nessa situação de constante produção do efêmero. Passamos de uma era da “sociedade de produtores” e para “sociedade de consumo”. Sigmunt Bauman diz que:

A sociedade moderna tem pouca necessidade de mão-de-obra industrial em massa e de exércitos recrutados; em vez disso, precisa engajar seus membros pela condição de consumidores. A maneira como a sociedade atual molda seus membros é ditada primeira e acima de tudo pelo dever de desempenhar o papel de consumidor. A norma que nossa sociedade coloca para seus membros é a de capacidade e vontade de desempenhar esse papel. (BAUMAN, 1998: p.88)

Por isso, muitos estudiosos falam que a cultura na sociedade atual é voltada para o consumo, seja ele de bens materiais, imateriais e até mesmo virtuais. Esta dinâmica privilegia o esquecimento e não o aprendizado. Por esse motivo, os indivíduos se tornam

coleccionadores de sensações, pois não importa qual produto é consumido, e sim a vontade de consumir, a sensação do novo, do não experimentado.

A perda de referências gerada pelo processo de globalização traz para o indivíduo uma autonomia para fazer parte de inúmeros grupos, independente de qual localidade e espaço geograficamente delimitado se insere. O fato de uma pessoa pertencer a uma comunidade, bairro, cidade, estado ou país não tem tanta relevância na sociedade dita pós-moderna. Por exemplo, através da Internet um jovem com atitudes e comportamentos ligados ao movimento *punk*, pode se relacionar e trocar experiências com outros *punks* de qualquer outra parte do mundo. O indivíduo frequenta e participa de uma diversidade de grupos, descentralizando seus múltiplos interesses em organizações fractais. Como conseqüência, uma sociedade tida “tradicional” passa para uma sociedade de relações interpessoais, proporcionando, ainda, o aumento do individualismo.

Raquel Paiva argumenta que as relações humanas no universo de sociedade são regidas pela noção de massa, que se mantêm fascinadas pelo meio, ao invés de promoverem uma leitura crítica das mensagens veiculadas. Ao contrário do que se pensa, o enorme fluxo de informação e transformação dos indivíduos em consumidores, em vez de transformar a massa, só se produz um número maior de massa:

Na verdade, deve-se mesmo pensar numa ‘Idade Mídia’. E se a atomização da sociedade praticamente corroeu a estrutura tradicional de comunidade em prol da individualização, de maneira que a comunicação poderia consolidar-se senão através da padronização? Ao supor um tipo comum de indivíduo (a massa), o discurso dos mass media se consolida no esquema de falar o tempo todo, simulando uma intimidade inexistente, propiciando ainda uma impressão de apropriação do real e formulando parâmetros de relação e comportamento, enfim, mediando as relações no nível social. (PAIVA, 1998: p.18)

Em sua análise com os países latino-americanos, Canclini afirma que a vida dos moradores das grandes cidades apresenta-se descontínua. Ao se descrever um caminho ou trajeto, encontra-se um vasto universo de orientações e possibilidades que alcançariam

milhares de lugares sem se chegar a parte alguma. Essa incerteza provoca uma angústia no indivíduo contemporâneo, resultado de uma multiplicidade desordenada. A dificuldade em lidar com níveis cada vez maiores de complexidade cultural e as dúvidas e ansiedades geradas pelo processo globalizador, despertará a procura por um lugar de pertencimento, de retorno a um sentimento de lar, seja ele de natureza real ou imaginária.

A globalização cria padrões de uniformidade, remodela os hábitos e as pessoas, estilos de vestir, trabalhar e divertir. O que se observa é uma atomização das práticas simbólicas e uma diminuição da frequência em lugares de centros comuns de relacionamento, como teatros e cinemas.

Os repertórios folclóricos locais, tanto aqueles ligados às artes cultas quanto às populares, não desaparecem. Mas seu peso diminui em um mercado onde as culturas eletrônicas transnacionais são hegemônicas, quando a vida social urbana se faz cada vez menos nos centros históricos e mais nos centros comerciais modernos da periferia, quando os passeios se deslocam dos parques característicos de toda cidade para shoppings que imitam uma aos outros em todo o mundo. (CANCLINI, 1999: p.134)

O sociólogo Marc Augé chega a classificar estes espaços necessários para a circulação acelerada das pessoas e dos bens de “não lugares”. Ele ainda diz que estes locais revelam uma deslocalização das concentrações urbanas e uma diminuição do distintivo em benefício do desterritorializado e do des-historicizado. Aqui, entendemos desterritorializado como sendo a cultura de um local que é separada de seu lugar de origem. Houve uma reorganização dos hábitos culturais, cada vez mais dedicados às mensagens audiovisuais, que são recebidas pelos consumidores dentro de suas casas e expressam códigos internacionalizados de elaboração.

Em meio à heterogeneidade existente dentro de cada comunidade, encontramos códigos que nos unificam ou que, ao menos, permite um entendimento das partes. Entretanto, estes códigos compartilhados entre as diferentes culturas da mesma

comunidade são cada vez menos ligados à etnia, à classe ou à nossa nação. São, ao contrário, divulgados através das informações que circulam nas redes internacionais. Várias décadas de símbolos transnacionais criaram uma memória coletiva elaborada de fragmentos da cultura de diferentes lugares. Sendo assim, os consumidores são capazes de ler as mensagens de um imaginário multilocalizada em que os meios de comunicação (principalmente a televisão e a publicidade) reúnem e deixam constantemente disponível.

Numa tentativa de trabalhar com a realidade globalizante, Canclini sugere a implantação de políticas para a cidadania. Um dos primeiros pontos seria enxergar a heterogeneidade de necessidades culturais não como um problema, mas como suporte básico para pluralidade democrática e para políticas multissetoriais. Deve-se, ainda, levar em conta a variedade de demanda da população, pois mesmo diferenciando os comportamentos entre elite e classe popular, tanto uma quanto outra se apresentam heterogêneas. As políticas culturais serão mais democráticas quando propiciarem a convivência das múltiplas formas de ser do indivíduo, e não buscando um dogma a fim de legitimar uma única identidade para um grupo, cidade ou nação.

A vida em sociedade não se dá apenas nas relações e movimentações interpessoais, mas também pelos meios de comunicação de massa, então, as indústrias culturais atualmente se tornaram o principal recurso para “patrocinar” o conhecimento recíproco e a coesão das diferentes localidades. Além disso, a inegável presença dos *mass media* e a necessidade da população em conectar-se com a informação internacional indicam que as culturas tradicionais passam a ter sentido e resultado, se vinculadas juntamente com as condições de internacionalização.

Mas os debates sobre uma comunicação internacional e intercultural têm se ampliado e mudado de rumo, pois atualmente procura-se estudar temas relacionados com a cultura global, cultura local e multiculturalismo, no lugar de temas como modernização e

imperialismo cultural. Com isso, as discussões se voltam mais sobre as questões das diferenças, do que sobre a homogeneidade. Buscando uma interdisciplinaridade, muitos estudiosos de diferentes disciplinas sociais estão construindo novos pensamentos e, desta maneira, estimulam discussões sobre o papel da cultura inserida na homogeneização e na diversidade. Em seguida, veremos como isto é repercutido na gastronomia. A cultura, inclusive alimentar, é cada vez mais considerada como um fator importante na comunicação internacional e nos processos e movimentos sociais, além de ser plural, híbrida e múltipla.

Outra idéia que se tem questionado é a representatividade dos Estados-Nação, com sua cultura, e identidade nacional e nacionalismo, dentro do processo de globalização. O Estado-Nação pode ser a unidade política e econômica com mais importância na divisão do mundo, mas uma discussão cultural sobre a globalização deve discutir outros níveis de construção de uma identidade cultural. A construção da identidade deve ser entendida não somente pelo nível nacional, mas por diversas características que oscilam entre o global e o local. Como já foi dito, o incremento das relações e contatos culturais – em sua grande parte feita através dos meios de comunicação – não significa que teremos uma única cultura em todo mundo; mas, sim, que estaremos buscando os “localismos”. Como exemplifica teórico Jan Servaes, “McDonald’s em Bruxelas, em Jacarta, Sidney ou Moscou são diferentes em, por exemplo, nos comportamentos não verbais, nos serviços e outras variáveis contextuais que vão além dos símbolos visuais” (SERVAES, 2003: p.136). As sociedades civis aparecem cada vez menos como comunidades nacionais, ou como unidades territoriais, lingüísticas e políticas. Elas se manifestam como comunidades de consumidores, ou melhor, como conjuntos de pessoas que compartilham gostos e pactos de leitura em relação a certos bens (gastronômicos, esportivos, musicais), os quais lhes fornecem identidades comuns.

Ao analisarmos a globalização, percebe-se que todo o processo está diretamente relacionado com a localização e não mais é necessário, a priori, se fazer uma distinção entre cultura estrangeira e cultura tradicional, pois elas estão misturadas e *mezcladas* em si mesmas. Passa a se falar em hibridismo e hibridização, procurando entender a cultura como formas que se separam das práticas existentes e se voltam a combinar com novas formas e práticas. Então, num processo onde os elementos culturais se misturam, a cultura se torna diversificada nos seus significados. Arjun Appadurai classifica esta associação de culturas como mundos imaginários, onde os mundos múltiplos são constituídos pelas imaginações historicamente situadas de pessoas e de grupos repartidos ao redor do globo.

Surge como desafio estudar dentro do processo de globalização a relação intrínseca existente entre o global e o local. Procuraremos partir da idéia de que se deve procurar o sentido do global dentro do local, observando a relação dos eventos sociais. Sendo assim, Giddens nos dá uma boa definição para globalização: “A globalização pode então definir-se como a intensificação das relações sociais mundiais que relacionam localidades distantes de tal maneira que eventos locais tomam formas influenciadas por eventos que ocorrem a muitas milhas dali e vice-versa. (...) A transformação local participa tanto da globalização como a da extensão lateral de conexões sociais através do tempo e espaço.” (GIDDENS apud CANCLINI,1999: p.64)

Os indivíduos se voltam mais conscientes ao fato de que fazem parte de um cenário mundial. Muitas vezes a perspectiva que pressupõe uma cultura mundial homogeneizada não dá conta que as pessoas vivem, em primeiro lugar, localmente, no sentido de que suas vidas estão geograficamente delimitadas e que dentro desse local, é incorporado elementos novos de outras culturas. Baseado nos estudos de Jan Servaes faremos uma análise dos aspectos que envolvem globalização e localização.

Os dois termos se referem a uma operação de trocas que acontecem na percepção do indivíduo no tempo e no espaço, que num sentido se apresenta como ampliação de todo tipo de fronteira e também se mostra como um articulador ou fortalecedor das fronteiras já existentes. As culturas sempre procuraram distinguir outras culturas, enfatizando as diferenças. Caso semelhante ocorre com o aspecto conservador do hábito alimentar que estudaremos mais adiante. Além disso, reforçamos que os movimentos globais estarão mais presentes no uso da tecnologia de comunicação, pois, por exemplo, diferentes grupos podem comunicar entre si através de e-mails ou teleconferências. Mas isto não significará que as metas dessas pessoas são globais e, sim que os meios de comunicação são globais.

O global nunca existe fora do local. Quando se referem à cultura, esses processos são interpretativos, ou seja, são objetivos e definidos de formas distintas por pessoas diferentes, com comunidades, tempos e espaços também diferentes. Por ser uma operação de trocas, globalização e localização são resultados de atos e interações, ou seja, estão intimamente ligados à comunicação. Tanto um quanto outro, são na verdade, um só processo relacionado com características de integração e associação, mas também de desintegração e dissociação de elementos culturais. Mais adiante, tentaremos explicar esta complexa relação cultural através da hibridação que ocorre na gastronomia contemporânea.

2.2 Aspectos socioculturais da alimentação e os efeitos da globalização

No processo de globalização mundial em que nos encontramos atualmente, a busca pelos chamados “localismos” estará cada vez mais presente. Com a quebra das fronteiras e a transformação das sociedades em sociedades de consumo, o indivíduo dito globalizado estará cada vez mais “solto” e individualista. Por isso a necessidade de pertencer a um

local, a um território; bem como de encontrar símbolos que promovam uma identificação de comunidades se mostrará cada vez mais marcante e premente.

Em grande parte será na cultura (costumes, artes, história e até mesmo a gastronomia) que as sociedades e os povos ao redor do mundo vão buscar um sentimento de pertencimento e identificação. Como já foi falado, os Estados-nação procuraram representar o papel da busca pela identidade e cultura nacional, do nacionalismo, como conservadores e administradores de patrimônios históricos definidos em territórios. Podemos perceber isso, por exemplo, nos países da América Latina, onde os museus da história nacional procuram resgatar as origens de um povo com o intuito de unificação da memória e identidade destas nações. Mas, atualmente, sobre essa estratégia unificadora, as diferenças culturais entre as cidades de um mesmo país são assumidas de um maneira particular, inseridas na participação de uma nação. Fato é, que a comida de um paulista se mostra diferente de um mineiro, que se mostra distinta de um carioca ou de um nordestino. Ou seja, as particularidades de cada região do Brasil não são demonstradas e contidas pela unidade profunda de todos brasileiros.

Como importante agente deste processo estará os meios de comunicação de massa que via inovações tecnológicas, sensibilizam para uma difusão do uso de equipamentos eletrônicos – como rádio, televisão e videocassete – na vida doméstica, tornando os costumes mais cosmopolitas. Mas, ao mesmo tempo, os *mass media* unificaram padrões de consumo com uma visão nacional. Canclini afirma que a partir da década de 80 isto começa a mudar:

A abertura da economia de cada país aos mercados globais e a processos de integração regional foi reduzindo o papel das culturas nacionais. A transnacionalização das tecnologias e da comercialização de bens culturais diminuiu a importância dos referentes tradicionais de identidade. Nas redes globalizadas de produção e circulação simbólica se estabelecem as tendências e os estilos das artes, das linhas editoriais, da publicidade e da moda. Grande parte do

que se produz e se vê nos países periféricos é projetada e decidida nas galerias de arte e nas cadeias de televisão, nas editoras e nas agências de notícias dos Estados Unidos e da Europa (CANCLINI, 1999: p.164).

A reflexão sobre identidade precisa buscar uma relação com vários tipos de elementos culturais, levando-se em conta a as múltiplas manifestações artísticas, alimentares e dos meios de comunicação que, atualmente, vêm contribuindo para a reelaboração destas identidades. Por isso, não devemos nos basear somente numa única disciplina, como a sociologia ou a antropologia, para estudar as identidades. Deve-se buscar um estudo de vários campos de pesquisa que representam e ocupam papéis importantes na reconstituição das identidades, ou seja, enxergá-las através de uma interdisciplinaridade. Para Canclini “estudar o modo como estão sendo produzidas as relações de continuidade, ruptura e hibridização entre sistemas locais e globais, tradicionais e ultramodernos, do desenvolvimento cultural é, hoje, um dos maiores desafios para se repensar a identidade” (CANCLINI, 1999; p.175).

Para tentar explicar e buscar uma melhor definição para a identidade vamos considerar a gastronomia como estudo de caso. Mas de que forma a gastronomia irá se definir como uma prática social?

Nos estudos sobre a História da Gastronomia, procura-se levar em conta práticas da vida privada, do dia-a-dia, pois é primeiro nestas situações que a vida sociocultural, principalmente relacionados com a alimentação, se apresenta. Poderíamos dizer, então, que se trata de uma análise do nível micro. Mas não é normalmente isso que vemos nos estudos da História. Esta, procura analisar os níveis macro, como as guerras e revoluções, conquistas e impérios, dominantes e dominados. Para Ariovaldo Franco, o cotidiano – onde se insere a culinária – pode estar tão próximo e presente nas relações humanas que acaba esquecido pelas diferentes disciplinas:

A história culinária foi, quase sempre, ignorada pela maioria dos historiadores, sociólogos e etnólogos. É curioso que atividade tão importante como a obtenção, preparação e ingestão de alimentos tenha sido objeto de tal omissão. Entretanto, apesar da pouca atenção que o mundo acadêmico lhes tem reservado, a alimentação e a arte culinária não podem ser consideradas aspectos secundários das civilizações. (...) No entanto, como nota Fernand Braudel, não é fácil perceber o imenso reino das coisas habituais. O rotineiro é, assim, “o grande ausente da história” (FRANCO. 2001: p.234).

Todavia, para este autor, atualmente, essa concepção vem mudando e sabe-se hoje que a preparação de alimentos e o comer são também considerados atividades simbólicas e que possibilitam enxergar a complexidade das sociedades. Vale ressaltar que muitos dos registros sobre o gosto alimentar estão vinculados às classes privilegiadas pelo fato de que foram elas que deixaram registros escritos. Outro motivo é que, na Antiguidade, foi quando surgiu o hábito das camadas mais abastadas receberem convivas para celebrar diferentes ocasiões através de banquetes e festins, onde também acontecia um refinamento da cozinha. A quantidade de comida era um indicador de *status*.

Uma outra função desempenhada pela alimentação seria a social. Sentar à mesa pode representar uma sociabilidade e convivência. Para Luís da Câmara Cascudo “comer é um ato orgânico que a inteligência tornou social” (CASCUDO. 1883: p.44). Ele ainda afirma que:

De todos os atos naturais o alimentar-se foi o único que o homem cercou de cerimonial e transformou lentamente em expressão de sociabilidade, ritual político, aparato de alta etiqueta. Compreendeu-lhe a significação vitalizadora e fê-la uma função simbólica de fraternidade, um rito de iniciação para a convivência, para a confiança na continuidade dos contatos (CASCUDO. 1883: p.42).

Felipe Fernández-Armesto discorre a respeito da diferenciação de nutrição entre membros da mesma comunidade como um diferenciador social. Para ele “a mesa de um homem rico é parte da máquina de distribuição de riqueza. Sua demanda atrai oferta. Seu desperdício alimenta os pobres” (FERNÁNDEZ-ARMESTO. 2001: p.164). Um exemplo

disso é quando surge condutas de etiqueta para se sentar à mesa, utilizada não somente para uma melhor apreciação da comida, mas, também, para gerar um distanciamento entre classes. Pode-se dizer, ainda, que a refeição, muitas vezes, está associada a rituais e, desta maneira, agrega uma simbologia (religiosos ou dietéticos). Sentar à mesa funciona como junção de grupos, reforçando seus laços (amizades, obrigações, afinidade ou fraternidade), mas por consequência também exclui. Fernández-Armesto diz que:

Estamos sempre descobrindo meios de utilizar o alimento socialmente: para formar laços com os semelhantes, que comem as mesmas coisas; para nos diferenciar dos estranhos que ignoram nossos tabus alimentares; para nos reconstruir, dar novas formas a nossos corpos, refazer nossos relacionamentos com as pessoas, com a natureza, com os deuses (FERNÁNDEZ-ARMESTO. 2001: p.94).

Logo, a alimentação e a cultura estão intimamente relacionadas. O gosto mesmo se apresentando como individual, estando diretamente ligado a condições culturais e sociais. Alguns pratos colaboram para formar a idéia da identidade nacional, como, por exemplo, a *paella* na Espanha, a massa na Itália, o *sushi* no Japão, a *guacamole* no México e a feijoada no Brasil.

A cultura alimentar se apresenta como uma das características mais difíceis de ser modificar num determinado povo. Fernández-Armesto fala que os anglo-americanos tiveram uma grande rejeição à culinária francesa quando o pluralismo abriu espaço para os gostos do mundo no século XIX. “A indiferença inglesa pela comida francesa era facilmente posta de lado com a justificativa de que era uma artimanha de um rival conhecido pela hipocrisia” (FERNÁNDEZ-ARMESTO. 2001: p.206). Ele ainda diz que a comida é um “tornassol cultural”, já que ao mesmo tempo em que ela identifica, no caminho inverso, marca diferença, o limite entre o eu e o outro. Os indivíduos de uma comunidade se reconhecem uns aos outros pelo o que comem. Cada um lembra que a

cozinha dos povos colonizadores foi incapaz de apagar a culinária pré-existente dos povos dominados. Franco corrobora tal visão, afirmando que a cultura alimentar é conservadora:

A humanidade é mais conservadora em matéria de cozinha do que em qualquer outro campo da cultura. Assim, a exaltação de alguns pratos da culinária materna, ou do país de origem, mesmo quando medíocres, pode durar a vida inteira e a sua degustação gera, às vezes, associações mentais surpreendentes. (CASCUDO. 2001: p.24)

A questão da identidade relacionada aos Estados-nação, com sua ideologia de integração nacional, chega, às vezes, a ser tão forte que acaba reprimindo as individualidades regionais. A cultura nacional age como referencial de significados e experiências que podem ser representados pela comida daquela nação. As receitas, por exemplo, estão inseridas na idéia de patrimônio cultural imaterial, designado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). Trata-se de um conjunto de conhecimentos, práticas e representações considerado por grupos como parte de sua herança cultural, transmitida de geração a geração, com o intuito de promover um senso de identidade e continuidade.

No Brasil, o ofício das baianas na preparação do acarajé foi certificado como patrimônio imaterial pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). Os bens que constituem este *roll* são escolhidos pela sua importância para a memória, a identidade e a formação da sociedade brasileira.

Em sua ampla análise da influência da cultura sobre a alimentação, Cascudo fala que a comida é a representação de um povo que a consome e, assim, demonstra suas formas de convívio e atitudes. O autor ainda afirma que a religião também irá influenciar:

Explica-se desta forma que a alimentação humana esteja muito mais poderosamente vinculada a fatores espirituais em exigência tradicional que aos próprios imperativos fisiológicos. Comemos não o substancial, mas o habitual, o lícito pela norma (CASCUDO. 1983: p.23).

No mundo globalizado de hoje, com a quebra das fronteiras e a rapidez com que os acontecimentos são estabelecidos, é comum que as receitas e os segredos culinários corram de uma região para outra. Técnicas modernas de conservação colocam diferentes alimentos ao alcance do consumidor mais distante. Animais, vegetais e frutas são adaptados fora de suas regiões de origem, cultivados nos diferentes lugares do mundo. Juntamente a este processo, os meios de comunicação fazem a ponte entre as diversas partes do globo, permitindo a divulgação rápida de usos e costumes, inclusive daqueles relacionados à culinária. Além disso, a publicidade irá estabelecer vínculos de consumo, inclusive alimentares, entre as sociedades. Fernández-Armesto diz ainda que “uma das coisas que contribui para a circulação global dos ingredientes através do comércio é aquilo que chamo de ‘efeito-do-estranho’ – uma tendência que as pessoas têm de venerar o exótico” (FERNÁNDEZ-ARMESTO. 2001: p.224).

Com o processo de globalização e a constante ascensão das indústrias de alimentos, as refeições perdem seu caráter social com a expansão dos restaurantes que servem alimentos para consumo prático e rápido, os chamados *fast-foods*. Isto se dá como consequência da velocidade das relações humanas, principalmente nas grandes cidades com características cosmopolitas. Fernández-Armesto chega a dizer numa “irracionalidade dos hábitos alimentares, decorrentes (...) do triunfo do *fast-food*,” que “tenderá a transformar o comer em ato solitário” (FERNÁNDEZ-ARMESTO. 2001: p.237). Isto ilustra mais uma consequência em decorrência do global, a individualização e atomização do indivíduo. Alguns autores, como Fernández-Armesto irão chamar este processo de globalização dos alimentos de “McDonaldização” que por sua vez:

É copiada, se não igualada, por conquistas que começaram na Itália (pizza, massas), no México (*tacos* e “embrulhos”), na China (*wontons* e rolinhos

primavera, por exemplo), na Índia (*curry*, torradas ou *poppadoms*) e até na Nova Zelândia (kiwi e *pavlova*). (...) Fico tentado a apresentar isso como ápice de uma história progressiva de horizontes que se expandiram com a melhoria das comunicações. Isso seria falso. (...) Na há problema mais curioso na história da comida do que a maneira como as barreiras culturais para a transmissão de comidas e de métodos de preparação foram atravessadas ou rompidas. (FERNÁNDEZ-ARMESTO. 2001: p.210)

De uma forma um pouco alarmista, o autor ainda afirma que as pessoas que optam por alimentar-se em restaurantes de *fast-food* se tornam incivilizadas. Atribui ao microondas a morte da comida caseira e de seu caráter social, de reunião da família em torno da mesa nos horários predeterminados, compartilhando os prazeres da alimentação e da interação com o outro. Franco identifica como traços deste processo: a desritualização da refeição; a homogeneização dos processos culinários e dos alimentos servidos; os estabelecimentos que não empregam *chefs*¹; a desumanização das relações pessoais; e a substituição dos tradicionais utensílios de mesa por equivalentes descartáveis.

Mas as afirmações de alguns autores assentes na idéia de que a globalização e a homogeneização das sociedades e culturas provocam uma busca pelo local, também se refletem nos estudos da história da gastronomia. Ocorre a transformação da *grande cuisine* de origem francesa para a chamada cozinha internacional. Sua principal característica é, segundo Franco, “a inventividade e o interesse pelo inédito, ao contrário da cozinha regional, que resiste à novidade e tende a considerar inaceitável tudo o que desconhece” (FRANCO. 2001: p.245). Atualmente, nota-se um sincronismo entre a internacionalização e a busca crescente pelas cozinhas regionais e nacionais.

Ao mesmo tempo em que muitos cozinheiros buscam inspiração na culinária de diferentes sociedades, outros *chefs* pesquisam e fortalecem as cozinhas regionais de seus

¹ Usaremos o termo *chef* de acordo com o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, segundo o qual o verbete deriva do francês *chef de cuisine* e se refere a “grande cozinheiro encarregado da direção da cozinha de um restaurante, um hotel, uma residência, notáveis pela qualidade da alimentação”. Portanto, usaremos chef em vez de chefe, com plural *chefs*, uma vez que se trata de uma palavra mais específica e já dicionarizada.

países. Muitos pratos vão se adaptar ao local onde é feito, conferindo um caráter de hibridismo culinário. Maria Leonor Soares Leal define como essa cozinha de mesclas, com a percepção de “localismos”, é feita principalmente no Brasil:

Misturam-se, nesses pratos, a maestria francesa com os ingredientes tropicais, mostrando que a tendência da gastronomia atual é misturar tradição com inovação. Isso levou muitos *chefs* a redescobrirem o valor dos mercados e feiras, sem se descuidarem dos importados mais sofisticados. Muitos deles, inclusive, renovam seus cardápios a cada três meses, de acordo com o que a estação oferece. (SOARES LEAL. 1998: p.100)

Felipe Fernández-Armesto aborda o surgimento de uma nova cozinha chamada *fusion cuisine* que se enquadra ao processo de globalização, por misturar ingredientes de vários lugares distintos:

Comida *fusion* é culinária de blocos de Lego². A revolução da disponibilidade faz com que seja possível misturar e combinar os elementos que são entregues – muitas vezes em forma processada – em uma cozinha que mais parece uma linha de montagem. A analogia é com o automóvel e as “fábricas” com dispositivos eletrônicos, onde nada é realmente feito, mas apenas montam-se peças que foram entregues seja lá que parte do mundo possam ser produzidas. (FERNÁNDEZ-ARMESTO. 2001: p.323)

Até mesmo o McDonald’s, empresa símbolo usada para denominar os efeitos globalizantes da alimentação, teve que se ajustar aos gostos regionais e aos preconceitos culturais, modificando suas receitas e adequando sua apresentação. No Japão, por exemplo, é feito o *Teriyaki McBurger* que consiste em pão com bife de hambúrguer e o molho típico oriental *teriyaki*. Isto pode mostrar o conceito de reterritorialização, ou seja, o processo de criação de uma cultura de um determinado local – neste caso os EUA e seu hambúrguer – em outro território novo e distinto. A internacionalização do paladar reflete o multiculturalismo.

² Brinquedo que se popularizou na década de 1980 que consiste em várias pequenas peças de plásticos, como tijolos, que podem ser encaixadas para formar diversos objetos como casas, carros, barcos e castelos.

2.2.1 O prazer de comer e a cozinha como arte

Outro ponto que não pode ser deixado de lado ao se falar de alimentação é o prazer e a noção de gosto, pois é baseando-se nesses aspectos que surgem o conceito de gastronomia. Brillat-Savarin é considerado por muitos o pai da ciência gastronômica, ele diz que “o prazer da mesa pertence a todos os outros prazeres, e é sempre o último para nos consolar da perda destes” (BRILLAT-SAVARIN, 1995: p.15). Ainda, segundo este autor, os conhecimentos de gastronomia deviam ser necessários para todos os indivíduos, porque assim, aumentariam a proporção de prazer que lhes é destinado.

Mas para Brillat-Savarin, o exagero quantitativo do lugar da qualidade na elaboração dos pratos deve ser criticado. Quem come com racionalidade e prioriza seus gostos pessoais é valorizado, mas quem come até a indigestão ou bebe excessivamente, não pode ser considerado um gastrônomo, mas sim uma pessoa emocionalmente descontrolada: “Se a gastronomia se transforma em glotoneria, voracidade, devassidão, ela perde seu nome e suas vantagens, sai de nossa alçada e entra na do moralista, que a tratará com conselhos, ou na do médico, que a tratará com remédios” (BRILLAT-SAVARIN, 1995: p.145).

Mesmo utilizando pequenas histórias para ilustrar seus estudos, Brillat-Savarin mostra uma vontade de realizar um trabalho sério e precursor, apesar de ter sido duramente criticado por grandes cozinheiros de sua época. “Muitos o consideravam um mero pedante. Carême dizia que Brillat-Savarin nunca soube comer e Baudelaire afirmava que sua idiotice era tão grande quanto sua própria fama” (FRANCO, 2001: p.204). O fato é que, críticas à parte, sua obra é considerada precursora dos estudos da gastronomia.

Para um gastrônomo, saber escolher o que lhe convém comer é muito importante, pois ele tem a educação do bom gosto. Sobre esta questão do “bom gosto”, muitos

estudiosos questionaram sua origem, uma vez que não se sabia se este termo surgiu com a alimentação e foi posteriormente usado para as artes e literatura, ou se foi da maneira inversa. Independente da ordem, o sentido atribuído ao paladar e também a outras áreas de atribuições críticas, o “bom gosto” se manifesta com uma expressão de opinião pessoal, ao comportamento de um indivíduo diante de outra pessoa.

Um outro estudioso da gastronomia, Jean-François Revel, afirma que o gastrônomo não é nem prisioneiro da tradição, nem impressionado pela novidade, pois trata-se de um novo relacionamento diante da alimentação. A cozinha deixa de ser somente coletiva e se torna individual através da valorização do gosto. Revel ainda diz que o gosto não é só uma questão pessoal, mas também produto de tempo vivido por uma sociedade, manifestado na cozinha como em outras artes.

Outro assunto que é levantado quando falamos de gastronomia é considerar a cozinha como arte. Muitos autores defendem que cozinhar é uma arte, pois é uma técnica que utiliza instrumentos próprios para ser realizada, pode ser ensinada e tem uma linguagem própria. Outros estudiosos se mostram indecisos com esta definição, pois comer é uma atividade efêmera, ou seja, acontece apenas no momento da degustação. Cascudo afirma que:

A Cozinha é realmente uma arte, mas uma Arte Menor. Costureiros, sapateiros, cabeleireiros, perfumistas, denominam criações seus trabalhos, disputando lugar nas revistas ilustradas, ao lado e a par com assuntos preferenciais do momento. O velho soberano das cozinhas continua, como a rainha das abelhas, invisível e fecundo nas profundezas da colméia palpitante. (...) Suas obras-primas, mas efêmeras que as rosas, nem o espaço de uma manha resistem na visão exterior dos apreciadores. (CASCUDO, 1983: p. 417)

Para Fernández-Armesto “as conseqüências da culinária socialmente diferenciada incluem o surgimento de uma profissão culinária de alto nível, uma ladainha de técnicas e um código de praticas na cozinha” (FERNÁNDEZ-ARMESTO. 2001: p.179). Por isso, é

importante destacar que, quando se fala de comida como arte, se está, na maioria das vezes, referindo-se aos *chefs de cuisine* e não às cozinheiras que preparam as refeições diárias para suas famílias.

As práticas culinárias se situam no mais elementar da vida cotidiana, no nível mais necessário e mais desprezado. (...) Atividade multiforme considerada tão simples ou até um pouco tola, salvo nos casos raros em que é elevada à excelência, ao extremo requinte – mas isto já é questão de grandes chefs. (GIARD. 2002: p.218-219 apud AMARAL.2006: p.31)

Uma outra característica que diferencia as cozinheiras do *chefs* são os nomes dados aos pratos. Assim, cozinha do cotidiano não chega a ser batizada, enquanto que na culinária praticada nos restaurantes, os pratos apresentam nomes descritivos, pomposos, em idiomas estrangeiros impressos no menu.

Como já dissemos, um ponto relevante mostrado na história da gastronomia é o revezamento, centrado ora na tradição, ora na invenção e no novo. Nos momentos em que a criação é valorizada, os *chefs* chegam a ser considerados artistas, mas nem por isso deixam de sofrer algumas limitações, já que não podem impor seus gostos a outras pessoas. Se nos tempos da monarquia européia havia uma relação de mecenato entre os cozinheiros e a corte, hoje em dia, um *chef* tem que contar com a receptividade do público e dos críticos, conforme Cascudo:

Assim como o pintor e o poeta, o chef de cuisine já não poderá contar, para viver e fazer ouvir sua voz, somente com a proteção dos poderosos. Se o sucesso dependerá do primeiro a cegar, do dinheiro dos seus clientes e também, agora, de uma nova corporação, que passa a vigiar a arte gastronômica como as outras artes: corporação dos críticos. (CASCUDO. 1983: p.242)

Sendo a cozinha considerada ou não uma arte, é necessário concordar com Cascudo quando ele ainda diz que é “inútil pensar que o alimento contenha apenas os elementos indispensáveis à nutrição. Contém substâncias imponderáveis e decisivas para o espírito,

alegria, disposição criadora, bom humor” (CASCUDO. 1983: p.405). Se cozinhar não chega a ser arte, alguns autores afirmam que, pelo menos, o prazer da degustação é comparável ao da percepção artística.

Depois de contextualizar o tema da gastronomia em seus aspectos sociais, culturais e de globalização, vamos, no próximo capítulo, estudar as teorias de Canclini sobre os processos de modernização e, ainda, sobre cultura de massa, culta e popular, que interessam especificamente à nossa análise. Em seguida, procuraremos enxergar esses estudos dentro do programa televisivo Mesa pra Dois.

3. PRATO PRINCIPAL: HIBRIDISMO CULTURAL

Neste capítulo, servimos o prato principal. Em restaurantes, este prato se encaixa no meio de uma refeição completa. Assim, o hibridismo cultural será um tema relevante para posteriormente realizarmos a análise de nossa sobremesa: o programa Mesa pra Dois. Estudar as definições de culto, popular e massivo, bem como suas interações será o nosso foco. Também, procuramos entender um pouco das características que envolvem a chegada do modernismo nos países da América Latina. Como base tomaremos as análises feita por Néstor Garcia Canclini. Ainda veremos a ligação existente entre culto, popular e massivo que gera uma cultura híbrida.

3.1 O popular e o culto

Para melhor entendermos os aspectos das misturas que ocorrem na cozinha contemporânea entre o tradicional e o moderno, o local e o global, vamos adotar as reflexões que o argentino Néstor Garcia Canclini faz sobre o fenômeno que ele denomina como “hibridação” cultural nos países latino-americanos. Este autor vai estudar as complexas relações da cultura nesses países que, atualmente, se mostram na coexistência do tradicional e do moderno. Canclini adota um tratamento intercultural para este tema e estabelece os problemas do que se pode chamar de uma crise nos conceitos da modernidade.

Em seus estudos, Canclini realiza reflexões sobre as classes populares e sua cultura inseridas dentro da modernidade buscando confrontar com o as camadas dominantes, com o culto. Para melhor ilustrar este tema, utiliza a diferenciação entre artistas/arte e artesãos/artesanato. O autor ainda faz uma análise incluindo os meios de comunicação, que

estão inevitavelmente presentes na atualidade. O que se constitui como uma noção do popular está vinculado ao excluído, ou seja, que não consegue ser reconhecido e conservado, que não faz parte do mercado de bens simbólicos legitimados pela sociedade culta e, além disso, se relaciona àqueles que são meros espectadores dos meios de comunicação de massa. O popular não teria formação nem capacidade para entender a alta cultura, pois não possui a educação necessária. Já com relação ao consumo, característica bastante predominante na atualidade como falamos anteriormente, “os setores populares estariam sempre no final do processo, como destinatários, espectadores obrigados a reproduzir o ciclo do capital e a ideologia dos dominantes”. (CANCLINI, 1998: p.205)

Muitos estudos sobre cultura supõem que o popular está fatidicamente preso às tradições, enquanto que as camadas hegemônicas promovem a modernidade. Os modernizadores extraem dessa oposição moral de que seu interesse pelos avanços justifica sua posição de hegemonia, ao passo que o atraso das classes populares as condena como subalternas. Quando a cultura popular entra na modernização, é vista pelos grupos de poder como uma confirmação de que seu tradicionalismo não tem escapatória. Mas, na verdade, os setores populares aderem à modernidade e promovem uma mistura com suas tradições. Canclini faz uma análise da reestruturação entre o moderno e o tradicional e o culto e o popular. Estes estudos são recentes e englobam diferentes disciplinas:

A aparição dos estudos e das políticas relativos a culturas populares mostra que estas se tornaram visíveis há apenas algumas décadas. O caráter *construído* do popular é ainda mais claro quando recorremos às estratégias conceituais com que foi sendo formado e suas relações com as diversas etapas na instauração da hegemonia. Na América Latina, o popular não é o mesmo quando é posto em cena pelos folcloristas e antropólogos para os museus (...), pelos comunicólogos para os meios massivos (...) e pelos sociólogos políticos para o Estado ou para os partidos e movimentos de oposição. (CANCLINI, 1998: p.207)

No início, os estudos da cultura popular na América Latina vão estar relacionados ao folclore. A criação dos Estados nacionais buscará no folclorismo dos antropólogos, na

origem indígena, a resposta para a necessidade de construção de identidade de seu passado para a unidade da nação. Mas estes estudos não geram um conhecimento científico, além de não questionarem o que acontece com as culturas populares quando as sociedades se massificam. Esta característica da busca antropológica também pode ser notada nos primeiros estudos sobre a história da gastronomia brasileira realizado por Câmara Cascudo. Em sua pesquisa, Cascudo fala da impressão dos portugueses com relação aos índios, quando pisaram pela primeira vez em nossas terras: “não era possível mais notório elogio do regime nutricionista do tupiniquim. Não assistem a cozinha indígena, a cunhã fazendo comida para os homens da tribo tal qual a mulher portuguesa para seu homem”. (CASCUDO, 1983: p.75)

A persistência desse tipo de noção faz com que Canclini construa uma nova perspectiva de análise do tradicional e do popular e suas interações com a cultura de elite e as indústrias culturais. O autor nos diz que a expansão modernizadora, com o avanço da indústria cultural e das comunicações de massa (rádio, televisão, vídeo, etc.) não conseguiu apagar o folclore, pois na verdade, as culturas tradicionais se transformaram e se integram às forças da modernidade. Isto se dá principalmente pelos estímulos dados pelo mercado e interesses econômicos tanto dos produtores tradicionais quanto de órgãos governamentais. Um exemplo é quando, em muitos países latino-americanos, ocorre o empobrecimento dos produtos do campo que acabam por impulsionar a venda de artesanato – bens folclóricos e populares – para o aumento da renda dos povos rurais. Este fator se relaciona com o aumento das populações nas cidades. Muito dos moradores da zona rural migram para os grandes centros – só na América Latina cerca de 70% dos habitantes passaram a morar nas cidades. Mas isso não faz com que o folclore de cada povo se perca, e sim, que se desenvolva em meio às relações que as tradições tecem com a vida urbana, com o turismo e com os meios eletrônicos.

Nas sociedades modernas um indivíduo pode integrar-se a diversos grupos, inclusive aos setores populares. Por isso, o popular não passa a ser um monopólio só das camadas populares:

Os fenômenos culturais *folk* ou tradicionais são hoje o produto multideterminado de agentes populares e hegemônicos, rurais e urbanos, locais, nacionais e transnacionais. Por extensão, é possível pensar que o popular é constituído por processos híbridos e complexos, usando como signos de identificação elementos procedentes de diversas classes e nações. Ao mesmo tempo, podemos torna-nos mais receptivos frente aos ingredientes das chamadas culturas populares que são reprodução do hegemônico, ou que se tornam autodestrutivos para os setores populares, ou contrários a seus interesses. (CANCLINI, 1998: p.220)

O incremento do artesanato em países industrializados mostra que o progresso do mercado moderno não implica acabar com a produção que não serve diretamente para sua expansão, pois passa a fazer parte de um setor numeroso e ainda ajuda na economia. Pode-se dizer que a reprodução das tradições não se restringe à modernização, porque seus produtos podem servir como prosperidade econômica e reafirmação simbólica. Com isso, ocorre uma reestruturação dos vínculos entre o tradicional e o moderno, o popular e o culto, o local e o estrangeiro.

Busquemos na gastronomia uma maneira para entender este processo de reestruturação de conceitos que ocorre com a chegada da modernidade. Atualmente, com o advento da cozinha internacional, notamos que os *chefs* fazem constantemente, em seus pratos, uma reelaboração do tradicional e do moderno. Estes cozinheiros utilizam como base a cozinha de origem francesa do século XIX, juntando novos produtos típicos de cada país que, muitas vezes, fazem parte de uma cultura popular. Exemplo disso, seria quando o *chef* brasileiro Alex Atala, mistura num mesmo prato uma carne nobre como codorna com purê de mandioquinha. Ou seja, Atala ao juntar estes dois ingredientes faz uma cozinha para classes de elite, com métodos de preparação clássicos e, ainda, coloca a mandioquinha tipicamente brasileira (local) ao lado da carne de codorna (internacional).

Já Canclini confronta a arte com o artesanato para identificar algumas diferenças básicas entre o culto e o popular. A arte é concebida como movimento simbólico desinteressado, com o predomínio de belo sobre o útil; está ligada ao campo do culto; vinculada à burguesia; possui uma característica singular e solitária. Já o artesanato está associado ao objeto que não pode ser dissociado de seu sentido prático; ligado ao rústico e aos camponeses; de caráter coletivo e anônimo. Com o tempo, a arte passa a se relacionar com o popular e se nutrir do artesanal. Tanto uma quanto outra passam a ser atravessadas por redes de dependências que vinculam ao mercado, às indústrias culturais. Com isso, seus meios de divulgação, reprodução e seu público, muitas vezes, se tornam os mesmos.

A via para sair da estagnação em que se encontra essa questão é um novo tipo de investigação que reconceitualize as transformações globais do mercado simbólico levando em conta não apenas o desenvolvimento intrínseco do popular no culto, mas seus cruzamentos e convergências. Como o artístico e o artesanal estão incluídos em processos massivos de circulação das mensagens, suas fontes de aproveitamento de imagens e formas, seus canais de difusão e seus públicos costumam coincidir (CANCLINI, 1998: p.245).

Considerando a cozinha também como uma arte, notamos que a culinária praticada pelos *chef de cuisine* tem como característica o predomínio do prazer de comer sobre a mera necessidade física de nutrição do homem. A arte gastronômica também está vinculada à burguesia, enquanto que a comida elaborada dentro das casa no cotidiano está associada aos sentidos práticos da alimentação. Esta última cozinha, do dia-a-dia, liga-se ao coletivo, ao momento em que todos os comensais se sentam à mesa.

Então, devemos analisar as artes cultas distanciando-nos da idéia de que esta não está separada do campo do popular e, também, examinar as culturas populares desvinculando a idéia que seu lugar se encontra somente no folclore e espaços auto-suficientes, sem influências de agentes modernos.

Canclini nos lembra também que não há uma forma de modernidade, mas múltiplas e, muitas vezes, contraditórias e desiguais. As transformações das culturas populares e da arte culta, convergem para mostrar a maneira heterogênea do projeto de modernização nos países da América Latina, as influências do colonialismo português e espanhol, com desenvolvimentos culturais e sociais inerentes a cada país.

3.2 Descolecionamento e Desterritorialização

Como falamos anteriormente, entre as décadas de 1970 e 1980, ocorre nos países da América Latina um significativo aumento do número de habitantes nas cidades. Isso acarretará num aumento das interações entre os indivíduos de diferentes classes sociais e, conseqüentemente, uma complexidade cultural dentro dos grandes centros. Então, como identificar o que é culto, popular e massivo? Canclini sugere que esta questão pode ser explicada através de uma referência a coleções de bens simbólicos e também pelos sistemas culturais onde as populações procuram sentido dentro de um determinado território (os localismos). O autor afirma que um estudo que leva em conta processos de hibridação cultural deverá trabalhar com a combinação destes dois processos que ele denomina descolecionamento e desterritorialização.

Para os cultos, a coleção dos bens simbólicos especializados da arte culta e folclore foi uma maneira encontrada para organizar em grupos separados e hierarquizados. “Aos que eram cultos pertencia certo tipo de quadros, de músicas e de livros, mesmo que não os tivessem em sua casa. (...) Conhecer sua organização já era uma forma de possuí-los, que os distinguiu daqueles que não sabiam relacionar-se com ela” (CANCLINI, 1998: p.302), ou seja, o popular.

Já no lado do folclore e do popular essa característica de agregar diversos símbolos, tanto da elite quanto de sua própria cultura, já existia. As classes populares tinham outros costumes e, por isso, outras coleções. Seu surgimento se formou e se constituiu nos estudos do folclore pelos colecionadores e antropólogos que se transferiam para sociedades arcaicas, procurando investigar e preservar os costumes desses povos, como a dança, os rituais e seus hábitos alimentares. Feita esta observação, os folcloristas reuniam todos os utensílios em museus, que recebiam o nome de artesanato nos mercados urbanos. “Se queremos comprar os mais bem feitos já não vamos para as serras ou para as selvas onde vivem os índios que os produzem, porque as peças de diversos grupos étnicos se misturam nas lojas das cidades”. (CANCLINI, 1998: p.303)

No entanto, no contexto das cidades, onde a modernização chegou, não há mais um sistema de obras e mensagens homogêneo; por exemplo, não há uma unidade na arquitetura, nos bairros, na cultura visual. Com isso, a eficácia de uma leitura baseada em coleções se mostra questionável. Colecionamos tantas coisas que fica difícil fazer uma distinção do que é culto, do que é popular e o que passa pelos meios de comunicação:

As culturas já não se agrupam em grupos fixos e estáveis e portanto desaparece a possibilidade de ser culto conhecendo o repertório das “grandes obras”, ou ser popular porque se domina o sentido dos objetos e mensagens produzidos por uma comunidade mais ou menos fechada (uma etnia, um bairro, uma classe). Agora essas coleções renovam sua composição e sua hierarquia com as modas, entrecruzam-se o tempo todo, e, ainda pro cima, cada usuário pode fazer sua própria coleção. As tecnologias de reprodução permitem a cada um montar em sua casa um repertório de discos e fitas que combinam o culto com o popular. (CANCLINI, 1998: p.304)

Canclini ainda diz que há a disseminação de novos dispositivos de reprodução de tal modo, que fica impossível definir o local do culto ou do popular. Ele exemplifica esta tendência remetendo às fotocopiadoras, através das quais podemos manejar e montar livremente diversos textos, seja no videocassete, através do qual organizamos ou gravamos

aquilo que bem entendemos, elaborando diversas oposições entre o moderno e o tradicional; seja nos videoclipes, classificados pelo autor como o gênero mais pós-moderno de produto cultural, pois mistura música, imagem e texto mostrados de forma fragmentada; e, seja também nos video games, como uma variante participativa dos vídeos televisivos.

Podemos notar, então, que as coleções dos bens simbólicos – culto, popular e massivo – não são mais rígidas e pensar uma mera reestruturação dessa antiga diferenciação não é o caminho mais apropriado atualmente. Com a descontinuidade destes processos passamos, a falar em descolecionamento e desierarquização ou, ainda, numa hibridação da cultura:

A questão é entender como a dinâmica própria do desenvolvimento tecnológico remodela a sociedade, coincide com movimentos sociais ou os contradiz. Há tecnologias de diferentes signos, cada uma com várias possibilidades de desenvolvimento e articulação com as outras. Há setores sociais com capitais culturais e disposições diversas de apropriar-se delas, com sentidos diferentes: a descoleção e a hibridação não são iguais para os adolescentes que vão às casas públicas de vídeo games e para os de classe média e alta que os têm em suas casas. Os sentidos das tecnologias se constroem conforme os modos pelos quais se institucionalizam e se socializam. (CANCLINI, 1998: p.308)

A existência de diferentes usos que tanto o culto quanto o popular fazem das inovações da tecnologia vinculadas ao massivo provoca uma reorganização dos laços entre diversos grupos e sistemas de símbolos. Outra transformação é que, apesar de algumas obras continuarem nos circuitos minoritários ou populares, a tendência é que todos os campos misturem seus gostos e objetos provenientes de lugares antes separados. A maior circulação simbólica, muda os cenários culturais e de identidade, mas isso não quer dizer que as diferenças entre classes não permaneçam existindo.

Naquilo que Canclini chama de processos de entrada e saída da modernidade, isto é, nos processos de hibridação, pode-se perceber que acontece uma perda da relação que o indivíduo mantinha com sua cultura “original” delimitada por territórios geográficos e

sociais, ao mesmo tempo, que buscamos novas localidades relativas ou parciais dos novos produtos simbólicos. Como já vimos, essas são características inerentes ao processo de globalização em todo o mundo, o que, entre outras coisas, ocasiona a descentralização das empresas, uma simultaneidade planetária da informação, a adequação de certos saberes e imagens internacionais aos conhecimentos e hábitos de cada povo, além da nova difusão cultural dos símbolos pelos meios de comunicação de massa.

Podemos perceber também que este processo de hibridação estará presente na gastronomia contemporânea de uma maneira geral. Mas será de nosso interesse, a gastronomia brasileira e, para melhor enxergarmos a união de culturas e sua relação com os meios de comunicação de massa, analisaremos no próximo capítulo o programa de TV Mesa pra Dois. Mas antes tentaremos entender melhor as características e os efeitos de uma cultura híbrida.

3.3 O estudo das culturas híbridas

No Brasil, como em outros países da América Latina, as tradições se fazem presentes no cotidiano. e a modernidade, mesmo constituindo nossa realidade, ainda não terminou de chegar. Para Canclini, no atual processo de globalização, não estamos convictos que modernizar-nos deva ser o principal objetivo. Mas também estamos certos de que não devemos mais viver puramente de nosso passado e tradições. Pode-se dizer que uma incerteza em relação ao sentido e ao valor da modernidade parte não somente da distinção de classes, povos e nações, mas também da relação sociocultural onde o tradicional e o moderno se misturam.

Canclini faz um estudo das relações culturais e das grandes transformações políticas, econômicas e sociais ocorridas desde a década de 80 nos países da América

Latina, incluindo o Brasil. As novidades da modernidade, ligadas às elites, ao campo do culto, teriam uma tendência de sobrepor às tradições do popular. Mas não é isto o que se nota, pois as culturas (o culto e o popular) se apropriam das especificidades uma da outra.

Desta maneira, fica difícil para nossa sociedade precisar o lugar das manifestações do culto, do popular e da comunicação de massa. Por isso, a análise de nossa cultura atual deve ser encarada procurando entender a existência de uma hibridação, a coexistência de todos estes fatores. Como já foi dito, deve-se investir num tratamento interdisciplinar ou, até mesmo, como Canclini afirma, transdisciplinar daquelas disciplinas que estudam a cultura (antropologia, sociologia, história, literatura, história da arte, filosofia, comunicação, etc.). Sendo assim, quando o autor fala do popular, pergunta:

Mas como realizar um trabalho científico com essa noção dispersa, essa existência disseminada do popular, apreendida em um lugar pelos folcloristas, em outro pelos sociólogos, acolá pelos comunicólogos? É uma pergunta que nenhuma associação pode responder sozinha. Se existe um caminho, não acreditamos que possa prescindir do trabalho transdisciplinar. Não digo interdisciplinar porque isto costuma significar que os diversos especialistas justapõem conhecimentos obtidos fragmentária e paralelamente. (CANCLINI, 1988: p.281)

Não haveria, segundo essa perspectiva, como estudar a história da arte e a literatura como parte unicamente do meio culto; a antropologia e o folclore sendo específicos do popular e, ainda, os estudos da comunicação desvinculados e isolados das categorias anteriores, cabendo sua investigação apenas à cultura de massas. Dentro da cultura como um todo, múltiplas formas de manifestação e representação do coletivo são encontradas. Exemplo disso são as diferentes maneiras de cada povo se expressar através de sua língua, de suas roupas, da sua arte, dos seus costumes e, como já falamos anteriormente, de sua gastronomia.

Em primeira instância, imagina-se que o campo do culto no mundo moderno seja identificados através dos repertórios de conteúdos da história da arte, da literatura e do

conhecimento científico. Já a antropologia, o folclore e os populismos políticos, ao reivindicar o saber e as práticas tradicionais, constituíram o universo do popular. O sistema de mensagens dos meios de comunicação de massa gerado pelas indústrias culturais seria ocupado por novos especialistas como os comunicólogos e os semiólogos.

Tanto os defensores da modernização quanto os tradicionalistas sempre tentaram enxergar suas teorias de uma maneira pura e única. Os modernizadores propuseram uma arte pela arte, um saber pelo saber, sem fronteiras delimitadas, confiando na inovação autônoma e na experimentação como fontes de progresso. Os que procuram uma justificativa para as tradições, conceberam e imaginaram culturas nacionais preservadas da industrialização, da massificação nas cidades e das influências estrangeiras.

Mas hoje existe uma visão menos maniqueísta que enxerga a complexidade das relações entre tradicional e moderno. O culto não é sufocado pela industrialização dos bens simbólicos e o popular pode se preocupar menos com sua extinção e transformação. Canclini diz que:

A modernização diminui o papel do culto e do popular tradicionais no conjunto do mercado simbólico, mas não os suprime. Redimensiona a arte o folclore, o saber acadêmico e a cultura industrializada, sob condições relativamente semelhantes. O trabalho do artista e do artesão se aproximam quando cada um vivencia que a ordem simbólica específica em que se nutria é redefinida pela lógica do mercado. Cada vez podem prescindir menos da informação e da iconografia modernas, do desencantamento de seus mundos autocentrados e do reencantamento que a espetacularização da mídia propicia. (CANCLINI. 1998: p. 22)

As sociedades e os indivíduos reelaboram o uso destas formas de manifestação. Podemos perceber isso quando um migrante do campo adapta seus saberes para viver nas cidades realizando uma nova estrutura de seus bens simbólicos, ou quando “os operários reformulam sua cultura de trabalho frente às novas tecnologias de produção sem abandonar suas crenças antigas, e quando os movimentos populares inserem suas reivindicações no rádio e na televisão”. (CANCLINI, 1998: p.18)

Podemos enxergar isso quando os diferentes *chefs* brasileiros realizam uma adaptação das comidas estabelecidas como típicas ou tradicionais de cozinhas estrangeiras. Por exemplo, bolinho de arroz é reelaborado e é servido juntamente com caviar ou, então, o *foie gras* com mandioca. Percebemos que na gastronomia, muitas vezes, aquilo que identificamos como tradicional vai estar associado ao local, a um território, como é o caso da mandioca, alimento próprio do Brasil. E, ainda, que o local vincula-se à cultura popular, como é o caso do bolinho de arroz (geralmente feito com sobras). Por outro lado, notamos que aquilo que idealizamos como moderno pode estar unido à idéia de cultura culta, de maior acesso aos bens simbólicos, como exemplifica o caviar e o *foie gras*. Já o global, poderia ser enxergado na união dos elementos que compõem os pratos citados, ou seja, o popular mesclado com a alta cultura. A confrontação entre o que é tradicional e moderno, e a procura do lugar do culto, do popular e das comunicações de massa torna-se complicado:

É necessário demolir essa divisão em três pavimentos, essa concepção em camadas do mundo da cultura, e averiguar se sua *hibridação* pode ser lida com ferramentas das disciplinas que os estudam separadamente (...). Precisamos de ciência sociais nômades, capazes de circular pelas escadas que ligam esses pavimentos. Ou melhor: que desenhem esses planos e comuniquem os níveis horizontalmente. (CANCLINI, 1998: p.19)

Uma questão importante é perceber que as transformações realizadas através das tecnologias e das mudanças na produção e circulação de símbolos não são unicamente de responsabilidade dos meios de comunicação. Sem dúvida, a expansão urbana é umas das causas de novos processos que intensificaram a hibridação cultural, pois dados mostram que houve um aumento das populações nas cidades na América Latina (hoje em dia, cerca de 60 a 70% das pessoas vivem nessas cidades). Isto significa que passamos de sociedades dispersas em comunidades rurais com culturas tradicionais, locais e homogêneas, sem muita comunicação com o resto da nação; para uma realidade extremamente urbana, com

heterogeneidade no fornecimento de símbolos que são constantemente renovados pelos meios de comunicação de massa.

Mas ao contrário do que se pensa, viver numa cidade não implica, necessariamente, se tornar um anônimo dentro da massa, um indivíduo atomizado. Canclini diz que cada grupo social buscará um lugar de sua sociabilidade, de seu reconhecimento. Mas esta busca não será feita somente entre as pessoas, etnias ou nações, mas também procurada nos meios de comunicação – rádio, televisão, impresso e internet – que, por sua vez, estão subordinados ao mercado. Sendo assim, o autor afirma que a interação social vai se fragmentar. As identidades culturais serão encontradas cada vez menos nas cidades e mais nas novas tecnologias e nos meios de comunicação que passam a constituir o sentido do público, da integração. Mas mesmo assim, não devemos correr o risco de seguir a perspectiva de que as tecnologias da comunicação vão substituir a herança do passado e as interações sociais:

No movimento da cidade, os interesses mercantis cruzam-se com os históricos, estéticos e comunicacionais. As lutas semânticas para neutralizar, perturbar a mensagem dos outros ou mudar seu significado, e subordinar os demais à própria lógica, são encenações dos conflitos entre as forças sociais: entre o mercado, a história, o estado, a publicidade e a luta popular para sobreviver. (CANCLINI, 1998: p.301)

Com a modernização, o papel do culto e do popular é diminuído e reelaborado dentro da economia, do capital e dos meios massivos sem sufocar um ao outro. Canclini diz que há um redimensionamento da arte, do folclore e da cultura industrializada sob aspectos relativamente semelhantes, por isso “o trabalho do artista e do artesão se aproximam quando cada um vivencia que a ordem simbólica específica em que se nutria é redefinida pela lógica do mercado” (CANCLINI, 1998: p.22).

Em nossos estudos sobre gastronomia também podemos notar uma reelaboração da cozinha que é notada na criação de novos pratos. Esta “nova cozinha” possui um caráter híbrido, pois une ingredientes regionais e internacionais. Como já dissemos, esta reestruturação gastronômica estará muitas vezes associada aos *chefs* dos restaurantes famosos. São eles que produzem uma cozinha que pode ser chamada de arte, com uma produção de alimentos voltada para o prazer de comer e o “bom gosto”. Neste caso, o refinamento conferido a esta cozinha, nos indica que este tipo de cultura gastronômica está relacionada diretamente com a elite que sobretudo tem acesso aos restaurantes e pode pagar os altos preços cobrados pelas refeições.

Mesmo o culto e o popular estando integrados aos processos modernizadores e globais, a apropriação que cada campo faz ainda encontra algumas divergências. As elites continuam cultivando a poesia e a arte ao passo que a maioria das populações latino-americanas é analfabeta. Daí a incerteza do indivíduo em saber se está ou não inserido na modernidade. Para Canclini, isto faz com que o processo modernizador seja visto como uma máscara, um simulacro das classes que propicia uma inverossimilhança. Temos, ainda, que procurar entender o que seria uma modernidade e uma pós-modernidade, percebendo onde suas definições se cruzam uma com a outra. Ver que o pós-moderno não é apenas uma substituição da modernidade.

Devemos evitar generalizações com o movimento de crise da noção de totalidade. O estudo das bases da cultura heterogênea e híbrida pode nos fazer entender um pouco mais sobre os caminhos e suas transações pelos quais essas maneiras se encontram.

A perspectiva pluralista, que aceita a fragmentação e as combinações múltiplas entre tradição, modernidade e pós-modernidade, é indispensável para considerar a conjuntura latino-americana de fim de século. Assim se comprova (...) de como se desenvolveram em nosso continente os quatro traços ou movimentos definidores da modernidade: emancipação, expansão, renovação e democratização. Todos se manifestaram na América Latina. O problema não reside em que não nos tenhamos modernizado, mas na maneira contraditória e desigual com que esses componentes vêm-se articulando. (CANCLINI, 1998: p.352)

Este hibridismo cultural não deve ser enxergado como um atraso, mesmo se comparado com os países centrais (Europa e EUA), pois, como indicamos, essa modernização insatisfatória deve ser interpretada juntamente com as nossas tradições que ainda persistem. A forma híbrida ainda faz com que participemos intermitentemente do culto e do popular, do moderno e do tradicional, do global e do local nos ligando, ao mesmo tempo, aos meios massivos.

Com isso, podemos verificar a presença de hibridismo na cultura brasileira e em países da América Latina, que estão na constante mistura do culto e do popular. Deve-se lembrar que uma cultura não se sobrepõe à outra e que elas aparecem a todo momento.

Em nosso trabalho, tentaremos analisar como esses processos de hibridação entre o culto e o popular podem ser reconhecidos em produtos massivos. Procurando ilustrar melhor essas temáticas levantadas vamos tomar a televisão para tentar enxergar os conceitos citados e a sua relação com a gastronomia. Para especificar ainda mais nosso estudo vamos falar, no próximo capítulo, do programa Mesa para Dois, veiculado no canal de TV por assinatura GNT, apresentados *chefs* Alex Atala e Flávia Quaresma. Será através deste programa que iremos definir se os dois cozinheiros conseguem realizar uma mistura entre a cultura culta e a popular e, ainda, transmitir esta hibridação através da televisão como meio de comunicação de massa.

4. SOBREMESA: MESA PARA DOIS

Continuando nossa relação com a gastronomia, adotamos o nome do último prato servido em um restaurante para este capítulo. Analisar a manifestação das culturas culta, popular e massiva e delimitar suas características tal como se manifestam no programa Mesa Pra Dois é o objetivo deste capítulo. Antes de realizar a análise do programa televisivo, traçamos um estudo dos aspectos técnicos para compreender melhor como se encaixa a temática da gastronomia no veículo de TV e no programa Mesa pra Dois, do canal por assinatura brasileiro GNT. Separamos esta parte pela descrição de cada elemento audiovisual - iluminação, sonoplastia, cenário, edição. As gravações se alternam em estúdio (ensinado receitas) e quadros gravados na rua (onde são mostrados os ingredientes dos pratos preparados). Consideramos essencial nos determos nessa contextualização para buscar as categorias analisadas anteriormente, e relacioná-las à gastronomia realizada pelos *chefs* e apresentadores do programa, Alex Atala e Flávia Quaresma.

4.1. Análise descritiva

Procuraremos realizar uma análise de cada característica que compõe uma produção audiovisual elaborada para o meio televisivo. Mesa pra Dois, por se tratar de um programa de televisão, tem como princípio básico a interação de imagem e som e, por isso, conta com elementos como áudio, gravação em vídeo, câmeras, edição, cenografia e iluminação.

4.1.1. Apresentação

O programa Mesa pra Dois vai ao ar semanalmente no canal de TV por assinatura GNT, todos os sábados às 20 horas e 30 minutos (outras quatro reprises são passadas durante a semana). Tem duração aproximada de 20 minutos divididos em uma apresentação inicial (cabeça) feita por Alex Atala e mais outros dois blocos. A cada dia um novo tema é explorado, como por exemplo, assuntos como festas folclóricas, cozinha de uma determinada região ou, ainda, mais diretamente assuntos relacionados à gastronomia como ervas, carnes, azeites, facas, etc. Fazendo uma análise do formato percebe-se que Mesa para Dois é dividido em duas partes, pois os cozinheiros não estão no mesmo local. Flávia vai às ruas em busca dos temperos e receitas regionais por todo Brasil, além de descobrir as influências que deram origem ao que podemos chamar hoje de gastronomia brasileira. Por exemplo, quando o assunto é sobre cerveja e cultura alemã no Brasil, Flávia abre o programa em Blumenau, no estado de Santa Catarina, falando da influência germânica que o local possui e suas características. Em uma cozinha montada num estúdio de TV, Alex transforma as descobertas de Flávia em pratos.

Num programa de TV, um apresentador ou ator se relaciona com a câmera, com o áudio, com o tempo, e ainda, trabalha com comandos de um diretor. Ou seja, o indivíduo tem que ter conhecimentos técnicos daquilo que faz e da mídia para poder se comunicar com o telespectador. A diferença entre o ator e o apresentador de televisão é que o segundo representa, ele mesmo, sua própria personalidade, enquanto que o ator representa uma outra pessoa. Cabe ao apresentador criar o foco interesse do programa, procurando boa movimentação para as câmeras e, desta forma, uma intimidade com quem está assistindo:

Uma das principais características de um bom apresentador de televisão é a sua habilidade de estabelecer a ilusão de estar fazendo o contato visual com o telespectador. A televisão é uma mídia íntima, muito mais do que o teatro ou o cinema. As razões por essa intimidade têm a ver com o ambiente no qual ela é vista, normalmente numa sala a menos de três metros de distância do

telespectador. Embora a audiência total possa ser de milhões de pessoas, assiste-se à maioria dos programas individualmente. (BONASIO, 2002: p.140)

Devido à alta proximidade com o público, outra característica que compete ao apresentador é uma desenvoltura diante das câmeras, um estilo à vontade, confortável e natural. Deve-se ainda familiarizar-se com cenários e iluminação, a fim de proporcionar uma movimentação agradável e segura dentro de um estúdio de TV.

Por se tratar de requisitos de caráter básico e geral da mídia televisiva, esses aspectos são facilmente encontrados no programa Mesa pra Dois. Notamos que Alex Atala se movimenta com tranquilidade na cozinha montada no estúdio, comunicando-se diretamente com o espectador através das câmeras, criando a atmosfera de intimidade necessária. Atala elabora seus pratos como se estivesse na cozinha de seu próprio restaurante. Já a *chef* Flávia Quaresma, em suas apresentações externas, também demonstra grande desenvoltura para falar através da câmera e articular sua conversa com os entrevistados.

Quando Flávia Quaresma apresenta uma característica informal e despojada, a mesma pode ser notada. Isto ainda inclui o jeito de vestir da apresentadora e a linguagem que ela utiliza, sem muitos termos específicos de culinária. A culinária explica a relação dos alimentos apresentados com a história, além de fazer uma contextualização dentro do Mesa pra Dois. Quando alterna para as imagens dentro do estúdio com Alex Atala o programa ganha um tom mais formal. Alex se veste com *doma* (roupa de cozinheiro) e usa uma linguagem específica de *chefs*, com termos como: correção de sal, emulcionar, somar, reservar, entre outros. Ele ainda conta com um ajudante que também é um profissional de culinária.

4.1.2. Áudio

Muito se fala que a imagem é considerada a área de maior atenção do público e também do diretor de televisão. Mas como já dissemos, a TV é um meio audiovisual e, por isso o som nas suas mais variadas manifestações (diálogos, música e efeitos sonoros) é parte fundamental e integrante de um programa. Para se captar o som na televisão são usados microfones. Estes, podem variar em inúmeros tipos (omnidirecional, bidirecional e unidirecional) e serão adaptados da maneira mais satisfatória para cada tipo de produção – telejornais, novelas, programas de entrevista e de auditório, etc. Desta forma, pode-se ter um maior controle sobre o som gravado e ajustá-lo corretamente em suas frequências, dimensões e modulações, através de diversos equipamentos eletrônicos e mesas de áudio. Sobre a influência do som no vídeo, Valter Bonasio nos diz que:

A presença do som tem muita influência na maneira como percebemos o áudio dum programa. Assim como utilizamos iluminação, ângulos de câmera, etc. para atrair a atenção para uma área do vídeo, é possível usar a presença do áudio também. A presença do som faz com que uma voz gravada fique mais dominante. (BONASIO, 2002: p.185)

Esta maior presença do som irá ajudar a proporcionar uma maior intimidade do que é realizado no programa com o público. No momento em que Mesa pra Dois é apresentado por Flávia, a captura do áudio é feita através de *boom*, que são microfones com alta capacidade de captação direcional e podem ser usados com uma relativa distância do apresentador. Isso permite à Flávia Quaresma uma maior mobilidade para conversar com seus entrevistados e dar a atmosfera de informalidade que comentamos antes. Alex Atala utiliza o microfone do tipo lapela, quase imperceptível e que também dá a liberdade de movimento necessária para o *chef* preparar seus alimentos no estúdio.

Nas gravações externas é utilizado, ainda, o recurso da locução (*off*). Aparecem imagens aleatórias (geralmente ingredientes e alimentos) enquanto a voz de Quaresma ou

do entrevistado explica assuntos relacionados ao programa. Também, nas locações fora do estúdio é usado músicas de fundo ou BG (*background*) para estabelecer um clima. Como foi o caso de um dos programas que comentava a respeito de carnes de caça e, Flávia Quaresma, visita um criadouro de jacarés. No momento em que aparecem os animais, uma música de suspense é colocada ao fundo para ilustrar a sensação de medo da apresentadora.

Tanto no estúdio quanto nas externas, o som ambiente não é deixado de lado e constitui uma parte importante no áudio de Mesa pra Dois. A preparação de alimentos envolve todos nossos sentidos, mas a televisão só consegue alcançar a visão e a audição, por isso, mostrar os ruídos do cozimento é importante, como, por exemplo, quando temperos são refogados em uma panela.

4.1.3. Câmeras

Elementos como luz, cor, dimensão e movimento são os fundamentos básicos da imagem, que na televisão, na maior parte, é captada por câmeras. A câmera é o equipamento básico numa produção para a televisão, por isso, muitos dos equipamentos e das técnicas são determinados e influenciados pelo que ela pode ou não fazer. As câmeras ainda devem se adaptar às limitações da mídia televisiva como cenários, gráficos e iluminação. Isto faz com que a imagem transmitida pela TV utilize muitos *takes*³ fechados para superar problemas de resolução. Uma câmera pode utilizar diferentes tipos de lentes, além de permitir várias maneiras de movimentação. Ela só mostra o que o seu operador selecionar e da forma que ele mostrar. A forma como arranja, enquadra e movimenta são fundamentais para a composição de uma imagem agradável, convincente ou comunicativa

³ Segundo Valter Bonasio *take* “é a menor e mais convincente unidade em filme e televisão. É o intervalo entre duas transições. Exemplo: o *take* é considerado a partir do momento que se aperta o botão para gravar na câmera até o corte final” (BONASIO. 2002: p.291). Antes, estaria a cena que integra uma seqüência que compõe uma estrutura completa com começo e fim.

para o telespectador. Na televisão, deve-se mostrar ao público “aquilo que ele precisa e quer ver” (BONASIO, 2002: p,249).

Em Mesa pra Dois, nas gravações em estúdio, utiliza-se mais de uma câmera com movimentos mais “suaves” procurando sempre focar os pratos preparados na cozinha. Quando Alex apresenta o programa, pode-se notar os seguintes enquadramentos de câmera: plano médio e *close* médio para mostrar o *chef* no contexto do cenário, os alimentos e utensílios de cozinha. Estes enquadramentos ainda dão credibilidade ao assunto abordado por Atala. Já o *close-up* extremo, com *zoom* muito próximos, são usados a fim de mostrar a preparação dos alimentos e o ingredientes do prato. Quando Alex dá alguma dica culinária, a câmera focaliza seu rosto propiciando uma cumplicidade com o espectador.

Esta mesma configuração de enquadramento aparece nos blocos apresentados por Flávia. Estas características intercalam a atenção do telespectador entre a preparação das comidas e o que os apresentadores falam. Mas nunca os alimentos perdem o foco dentro do programa. Tecnicamente, as gravações externas também apresentam traços de informalidade, pois a câmera é usada no ombro do cinegrafista o que geram imagens mais trepidantes e rápidas. Geralmente utiliza-se somente uma câmera que acompanha os movimentos de Flávia Quaresma e de seus entrevistados. Nas externas, imagens cruzadas, sobre o ombro do entrevistador, permitem diferentes *takes* partindo das mesmas posições básicas entre câmera e as pessoas que conversam.

4.1.4. Edição

A edição envolve a seleção e a seqüência de partes de um programa, que contribuem mais efetivamente para esclarecer e intensificar a mensagem. A edição consiste

em construir a dimensão da imagem de um evento na tela da TV e também pode ser chamada de movimento terciário⁴. Qual parte selecionar e como construir a dimensão do áudio e do vídeo dependem de vários fatores contextuais porque será dito e para quem é dirigida a mensagem:: o que se quer dizer,

As edições mais complexas são usadas para intensificar uma cena e ajudar a desvendar sua complexidade. A percepção das pessoas muda de acordo com a seqüência de imagens apresentada, fazendo com que uma cena ou um evento seja interpretado de maneiras totalmente diferentes. (BONASIO, 2002: p.288)

Em programas como Mesa pra Dois, que possuem caráter demonstrativo e instrutivo, deve-se prestar atenção para o fato de o telespectador conseguir processar toda a informação transmitida de forma audiovisual e tentar segurar sua concentração. Por isso, no programa que estamos analisando, os cortes de imagem são feitos de maneira suave, mas não deixando de conferir ritmo, mesmo quando as câmeras estão acompanhando a movimentação dos apresentadores enquanto estes realizam suas receitas. Podemos notar que em alguns episódios de Mesa pra Dois são utilizados alguns recursos eletrônicos, ou seja, aquilo que não é captado pela câmera no momento da gravação e é inserido além dentro das ilhas de edição, como por exemplo, um caractere embaixo do monitor para indicar o nome de quem está na TV. Animações que ajudam na ilustração do tema ou divisão da imagem na tela (o rosto de uma pessoa falando de uma receita de um lado do monitor e os alimentos de outro) aparecem em alguns programas.

4.1.5. Cenografia

Os cenários e sua montagem são elementos visuais importantes que contribuem para a dimensão do vídeo. De uma maneira geral são compostos por pisos, cortinas,

⁴ O movimento primário seria o de qualquer pessoa ou objeto que se movimenta em frente à câmera. Enquanto que o secundário refere-se aos movimentos da câmera e das lentes.

móveis, cores e objetos que aparecem na cena da TV. Eles propiciam oportunidades suficientes para o diretor explorar os ângulos de câmera e ainda estabelece o ambiente necessário para aguçar a percepção do telespectador. A cenografia deve criar uma atmosfera para uma produção e oferecer aos artistas um lugar de trabalho. As cores terão um papel fundamental para criar o clima do programa além de ajudar a distinguir os objetos cênicos. Com isso, o cenário serve como uma identidade.

No estúdio de Mesa pra Dois, as cores são bastante claras, todas em tons de branco conferindo um aspecto *clean*, limpo e moderno. Os móveis e os eletrodomésticos que constituem a cozinha são brancos e em aço inoxidável, além de possuírem rodas. A mobilidade do cenário pode ser conferida logo na abertura do programa que mostra a colocação dos elementos cênicos. Nas paredes laterais, pequenos quadrados também claros estão justapostos criando sombras e quebrando a monotonia que o cenário poderia sugerir. Bancadas grandes e bastante iluminadas são usadas para Alex Atala preparar seus pratos. Todos esses aspectos chamam a atenção do telespectador para os produtos utilizados nas receitas, que ficam em destaque devido a suas cores variadas. Nas gravações externas feitas por Flávia Quaresma, pode-se dizer que o cenário se constitui nas locações que variam de acordo com cada programa.

Bonasio diz que “o apresentador deve selecionar cuidadosamente a aparência de suas roupas para entrar em cena” (BONASIO, 2002: p.142). A roupa ou figurino usado em programas de TV devem procurar um equilíbrio com o cenário. Por ser um *chef* de cozinha e por se tratar de um programa de gastronomia, Alex veste-se com um uniforme de *chef* de cozinha, conhecida como *doma*. Já a personalidade informal e despojada de Flávia, se reflete inclusive no seu jeito de vestir. Isto, possivelmente, em razão de Quaresma não permanecer “presa” a um cenário e uma cozinha e, por isso, pode variar seu figurino.

4.1.6. Iluminação

A iluminação também constitui um papel imprescindível, pois, se não for adequada, a televisão pode operar insuficientemente e a câmera não reproduzirá uma imagem tecnicamente boa. Ela ainda é um elemento criativo por abranger tanto aspectos estéticos quanto psicológicos. Outra importância da iluminação é melhorar os contrastes entre cenário e artista, além de proporcionar um maior controle da profundidade de campo. Harris Watts explica a importância da luz:

O espectador é atraído em primeiro lugar para a parte mais iluminada da imagem. Assim, certifique-se de que lá está o principal centro de interesse e que não há muita concorrência com outros pontos brilhantes de luz. Algumas vezes, em programas de entretenimento, vê-se um cenário decorado com luzes que ofuscam tanto que constantemente desviam a atenção do artista em cena. (...) A iluminação deve sempre dirigir a atenção para o artista, não ofuscá-lo. (WATTS. 1990: p.196)

As luzes em Mesa pra Dois são brilhantes, bastante claras (*clean*) chama a atenção do telespectador para o apresentador e para os alimentos preparados. Os ingredientes utilizados nos pratos ficam coloridos e reluzentes em contraste com o cenário basicamente branco e bem iluminado. Ao contrário da maioria das produções em estúdio, que procuram imitar ao máximo a iluminação natural (do dia-a-dia), o programa exagera na quantidade de luz e deixa transparecer claramente uma luz artificial. Esta técnica pode ser chamada de limbo. Já nas externas a luz natural do ambiente é aproveitada e, provavelmente, deve se utilizar rebatedores (aproveitar a iluminação do local) e instrumentos portáteis de luz.

4.2. Análise crítica Mesa pra Dois

Os aspectos que constituem uma hibridação de culturas podem ser encontrados em diferentes manifestações. Segundo o dicionário, híbrido quer dizer miscigenação; surge do cruzamento de espécies diferentes; e é composto de elementos diversos. São esses aspectos de combinação de diferentes elementos que iremos buscar em nosso estudo. Para sermos mais específicos, utilizaremos os parâmetros afirmados nos capítulos anteriores e tentaremos entender como que a gastronomia se conecta aos termos culto, popular e massivo, definidos por Canclini. Será que estes elementos alcançam uma combinação para a existência de uma cultura híbrida? Nossa análise vai se deter ao programa de TV Mesa pra Dois, já analisado tecnicamente. Sendo assim, levantamos a hipótese se o programa consegue, dentro de um veículo de comunicação de massa, um espaço para articular as três matrizes culturais: culto, popular e massivo.

A cozinha elaborada pelos *chefs* e apresentadores do programa, Alex Atala e Flávia Quaresma, está diretamente relacionada aos conceito de alta gastronomia. Eles buscam, através de uma perfeição técnica, que vai desde a escolha correta dos ingredientes até à utilização dos melhores utensílios culinários, uma gastronomia tipicamente brasileira. Mas como já falamos, a comida preparada por *chefs de cuisine* pode ser considerada uma forma de arte, mesmo sofrendo algumas críticas. Até mesmo o apresentador de Mesa pra Dois chegou a questionar se cozinhar é uma arte:

Cozinha é arte? Durante muito tempo, Alex Atala achava que não. “Eu via mais a ciência do que a arte. Eu me deixava seduzir mais pela técnica e me guiava menos pela emoção.” O processo que torna um cozinheiro artista é o mesmo de um pintor, um músico ou um coreógrafo. No início, a preocupação com a técnica predomina. Um pintor aprende a fazer esboços; um coreógrafo, os passos básicos; um músico, os pontos onde se situam as notas em seu instrumento. Apenas depois que isso é incorporado (...) ele consegue se expressar pela sua linguagem. O mesmo ocorre com um cozinheiro. (...) Hoje ele [Alex Atala] acha que cozinha é uma combinação entre ciência e arte, com toques de magia. (ATALA. 2003: p.44-45)

Flavia Quaresma e Alex Atala partem das técnicas e princípios básicos franceses para elaborarem seus pratos. Analisando alguns produtos que constituem seus pratos como *foie gras*, *escargots*, trufas e carnes nobres, fica evidente a grande influência francesa. Mas isto não ocorre somente com os apresentadores do programa. Hoje em dia, a cozinha internacional usa como base as técnicas provenientes da França, mas também, sofre influências de diversas regiões do mundo. Isto pode ilustrar muito bem a presença do processo de globalização na gastronomia, pois a cozinha contemporânea incorpora tanto o que vem de países desconhecidos como aquilo que é típico da região onde é preparada a comida. Ou seja, a interação entre o que é global com o local. Atala faz uma relação desta cozinha com o estilo musical do *rap*:

O *rap* surgiu nos guetos negros dos Estados Unidos. O estilo baseia-se num princípio singelo, juntar letra e batida. (...) Por causa dessa simplicidade, o gênero se espalhou pelo mundo. (...) Na cozinha ocorreu um fenômeno semelhante. Com bases nas lições de cozinheiros do Velho Mundo que emigraram para África, Ásia e Américas, *chefs* do Novo Mundo vêm criando um estilo tão globalizado quanto o *rap*. Ele consiste em utilizar as técnicas tradicionais com o que é típico de seus países. Alex Atala faz parte dessa corrente, que sampleia a base clássica da cozinha para, sobre ela, fazer uma colagem com o ingrediente local. (ATALA.2003: p.34)

Esta característica híbrida também pode se encaixar com o processo de desterritorialização e reterritorialização que estudamos nos capítulos anteriores, pois a comida perde, em parte, o contato que mantinha com sua região original, se mistura a novos territórios e é processada de uma nova maneira. E mais, considerando a gastronomia como produção artística, percebemos que a cozinha de Atala e Quaresma se aproxima com o que Canclini afirma ao evidenciar um redimensionamento da arte, que incorpora o folclore (tradição) e a cultura industrializada. Ariovaldo Franco ao falar da cozinha internacional nos mostra características de uma desterritorialização e reterritorialização gastronômica:

A cozinha internacional, (...) mais do que uma coletânea de receitas de diversas origens, é um conjunto de técnicas e princípios que permitem adaptação às possibilidades locais. É internacional graças ao talento de *chefs* que, dominando os fundamentos da cozinha clássica e usando de flexibilidade, podem reinterpretar receitas de diferentes origens. (FRANCO. 2001: p.246)

Outro efeito do processo de globalização que comentamos foi relativização de espaço e tempo. Num mundo em constante movimento, a idéia de ficar parado não se encaixa. Alex Atala, portanto, busca tais características, tentando se definir como um cozinheiro que está sempre viajando. A aventura sempre foi um estímulo para o *chef* e cozinhar seria uma maneira de perpetuá-la. Mas para Atala, não basta ser apenas um *flaneur* sem compromisso com nada:

Não basta degustar. É preciso lambuzar-se. Encher o caderno de e-mails não é o suficiente. É importante se aproximar das pessoas, participar de seu cotidiano, sentir como vivem. Alex Atala é um viajante desse (...) tipo. Se a melhor maneira de conhecer em lugar e sua cultura é aproximar-se das pessoas, Alex sabe, talvez até por desvio profissional, que a melhor aproximação é a que se dá quando se senta à mesa com elas. A intimidade que comer propicia talvez só seja superada pela experiência de cozinhar junto. Alex busca as duas coisas. (ATALA. 2003: p. 16)

Indicado esses aspectos, podemos perceber que a culinária mostrada em Mesa pra Dois é diferente de muitos programas culinários transmitidos na televisão brasileira, pois é voltada para um público mais elitizado. Programas como Mais Você (Rede Globo), apresentado por Ana Maria Braga, geralmente realizam receitas voltadas para as práticas do cotidiano e para um público majoritariamente feminino. Uma das justificativas pode estar no fato de que o canal de TV aberta, onde Mais Você é veiculado, possui uma abrangência de público bastante considerável e uma audiência heterogênea. Já Mesa pra Dois, como dissemos, é passado num canal de TV por assinatura e, por isso, tem um público diferenciado, com maior poder aquisitivo. Quem assiste ao programa de Alex e

Flávia possui um perfil de classe alta, que pode ter acesso às receitas e aos ingredientes mostrados.

Por esses motivos e, ainda, por fazerem uma culinária considerada arte, podemos apreender que os dois *chefs* se inserem dentro de uma cultura culta. Outro fator que demonstra esta relação com o culto e o programa seria a forma como as receitas são ensinadas: de uma maneira superficial. Para o telespectador poder saber mais sobre o assunto, ele tem que acessar o site de Mesa pra Dois na internet. A rede de computadores é usada como um complemento do programa. Como podemos ver nesta ilustração, o telespectador obtém maiores informações como receitas e dicas culinárias no site:



Homepage Mesa pra Dois

Não é intenção dos apresentadores ocultar algum segredo culinário e sim dar uma dinâmica mais ágil à preparação dos pratos. Mas, mesmo com sua grande expansão, a

internet é ainda hoje um meio de comunicação restrito à maioria da população. No Brasil, cerca de só 8% dos habitantes tem acesso à rede em casa.

Alex e Flávia possuem a educação técnica aprimorada para a preparação de alimentos e se diferenciam das cozinheiras que preparam refeições diárias para suas famílias, por isso, conseguem estar inseridos no campo do culto. Estas cozinheiras se relacionam com o cotidiano, constituem grande parte do público de um programa como Mais Você e, por isso, podem ser enxergadas como meros espectadores dos meios de comunicação de massa. Elas fazem uma cozinha tradicional, característica de uma cultura popular.

Mas será que Mesa pra Dois pode, ainda, ser estudado como integrante de uma cultura popular? A resposta para esse pergunta podemos buscar no conteúdo do programa. Nos momentos em que Flávia Quaresma apresenta, percebemos que ela vai até as ruas, um local onde muitas das manifestações e interações culturais estão presentes. Como analisamos, a apresentadora vai atrás de ingredientes, temperos e alimentos das diversas regiões do Brasil. Desta forma, o programa mostra um pouco da cultura popular existente em cada lugar por onde Flávia passa. Através de personagens entrevistados, busca-se uma contextualização do tema de cada programa, falando não somente da comida em si, mas de toda a cultura e história envolvida naquele alimento apresentado. Algumas vezes, nem é a cozinha o principal foco do assunto tratado nas gravações externas, mas alguma manifestação cultural daquele território. Em um dos programas, por exemplo, Quaresma vai ao nordeste brasileiro para mostrar a “Festa do Divino”, uma cultura popular típica da região. A culinária aparece mais como uma consequência da cultura.

Na outra parte do programa, Alex Atala prepara em sua cozinha pratos com os ingredientes típicos mostrados por Flávia. Neste momento, pode-se reparar na união que o *chef* realiza da cultura popular com a cultura culta, pois ele mistura produtos que não

fazem parte do nosso país e que integram a chamada *haute cuisine*, com ingredientes tipicamente populares do Brasil como maracujá, mandioca, cará e cachaça. Isto pode constituir uma cultura híbrida como Canclini afirma, pois em primeiro lugar, é articulado num país latino-americano e, em segundo, mostra a aproximação do culto e do popular ocasionando uma hibridação entre os dois. Podemos perceber como Alex e Flávia, que identificamos como integrantes do culto, apropriam-se e agregam diversos aspectos da cultura popular, para, não só realizar o programa Mesa pra Dois, mas como também, para construir uma gastronomia brasileira. Na medida em que Atala cozinha, temos a possibilidade de praticar uma associação com o que estudamos como descolecionamento definido por Canclini. Ao preparar seus pratos, o *chef* coleciona aquilo que lhe convém do popular para mesclar com produtos da alta gastronomia que também selecionou. Alex descreve esta coleção de diferentes produtos através de uma mídia de comunicação em massa que é a TV, mostrando, ainda, uma hibridação entre o culto, o popular e o massivo.

Em seu livro, Alex Atala fala que a melhor palavra que pode definir sua cozinha é “*pop*”. A palavra *pop* vem do vocábulo inglês *popular*, que evidencia seu significado de popular. Atualmente, no mundo globalizado, esta palavra é bastante utilizada para definir aquilo que possui grande alcance e aceitação pelas classes populares, e que todos os indivíduos podem ter acesso. Alex diz que seu objetivo é traduzir ingredientes para paladares coletivos. Flávia Quaresma parte de um princípio semelhante e, por isso, pode-se dizer que a cozinha desses *chefs* é também popular.

Quando falamos dos aspectos socioculturais da gastronomia no primeiro capítulo percebemos que o hábito alimentar de um povo ou nação se constitui como um dos atos culturais mais conservadores e com maior dificuldade para serem modificados. Na gastronomia a persistência do que é tradicional é, muitas vezes, utilizado como símbolo de identidade cultural e não consegue ser suprimido facilmente:

As cozinhas tradicionais são sempre definidas em termos de uns poucos produtos básicos e temperos que estão sempre disponíveis nos lugares em questão: esses penetram no coletivo e instruem os paladares que ficam saturados com memórias deles, de um modo geral, passam a ser indiferentes ou intolerantes com relação a outros sabores. Mesmo os métodos de preparação podem ser características culturais ou símbolos de identidade em regiões onde os mesmos tipos de comida estão disponíveis em toda área. (FERNANDÉZ-ARMESTO, 2004: 209)

Os processos de globalização e de modernização vão gerar um fortalecimento das indústrias de alimentos e dos meios massivos e, conseqüentemente, a gastronomia acaba passando por uma série de modificações para se integrar à modernidade. A industrialização transformou o modo como a comida é transportada, consumida e concebida. Com isto, o lugar do tradicional gastronômico, apesar de sua dificuldade de transformação, é reestruturado e modificado. Mesa pra Dois ilustra muito bem esta reelaboração realizada na cozinha nas últimas décadas, fazendo uma hibridação entre o tradicional (geralmente ligado às classes populares) e o moderno (das classes cultas).

As técnicas da cozinha francesa que Alex Atala e Flávia Quaresma utilizam foram concebidas há séculos atrás, ou seja, são clássicas. Soma-se a isso a experimentação gastronômica realizada nos restaurantes de hoje que busca referências no tradicional, popular. O “uso” da tradição pela cultura culta, que julga o tradicional como um atraso para a modernização, pode mostrar nossa incerteza de inserção numa modernidade plena. Indo um pouco mais além, ainda poderíamos falar que isso constitui **como** um fator de hibridação cultural. Canclini afirma que novas estratégias serão procuradas pelo tradicional/popular e pelo moderno/culto:

Do mesmo modo que os artesão ou produtores populares de cultura (...) não podem já referir-se apenas a seu universo tradicional, os artistas também não conseguem realizar projetos reconhecidos socialmente quando se fecham em seu tempo. O popular e o culto, mediados por uma reorganização industrial, mercantil e espetacular dos processos simbólicos requerem novas estratégias. (CANCLINI, 1998: p, 96)

Este processo vai resultar numa hibridação da cultura que, além de misturar culto e popular, também irá incorporar a cultura de massas. Como dissemos no capítulo anterior, as identidades culturais são encontradas cada vez mais nas novas tecnologias e nos meios de comunicação. O fato de o programa ser processado na TV facilita a associação com a cultura massiva. Por ser difundido através de um meio de comunicação de massa, Mesa pra Dois pode indicar a incerteza de uma definição para o lugar das culturas de elite e popular. Fazendo uma análise isolada de seu conteúdo e partindo para sua característica massiva, o programa, por ser exibido num canal pago, talvez não consiga alcançar totalmente o popular, abrangendo em maior número as classes mais abastadas. Segundo uma pesquisa do Datafolha realizada na capital paulista em 2000, enquanto a TV aberta apresentava uma grande audiência todos os dias na casa da maioria absoluta dos entrevistados, somente 10% assistiam, diariamente, aos canais por assinatura. Isto se explica pela cobertura ainda muito pequena do sistema de TV a cabo, que não chega a 30% dos domicílios brasileiros. Sobre a televisão e sua relação com o culto e o popular, Canclini nos fala:

A televisão (...) e os bens descartáveis propõem relações instantâneas, temporariamente plenas e rapidamente descartadas ou substituídas. (...) Para a mídia e para as novas tecnologias recreativas não interessam as tradições senão como referencia para reforçar o contato simultâneo entre emissores e receptores; não lhes importa a melhoria histórica, mas a possibilidade de participação plena e fugaz no que está acontecendo. (CANCLINI. 1998: p.363)

Mesmo sob ressalvas, pode-se dizer que Mesa pra Dois consegue promover uma hibridação das culturas culta, popular e massiva. Podemos notar isso primeiramente em seu formato que, simplificando, apresenta a cultura popular nas gravações externas com Flávia Quaresma, e depois a alta cultura com Alex Atala em estúdio. Em seguida, nota-se que a própria maneira como o *chef* Atala prepara suas receitas, evidencia a hibridação entre os

dois campos em um só prato. Tudo isto, elaborado e transmitido através da televisão que indica que o meio massivo deixa claro como a cultura, neste caso a brasileira, se constitui numa constante hibridação entre o popular e o culto, a tradição e o moderno, o global e o local.

5. CONCLUSÃO

O objetivo desta monografia foi trazer à tona o tema da gastronomia, inserido nos estudos culturais e na televisão, por se tratar de um assunto cada vez mais abordado em todas as mídias voltadas para diversos públicos. Nossos estudos procuraram se centrar nas definições de culturas culta, popular e de massa defendidas pelo autor argentino Canclini. Assim, achamos que poderemos começar a dar uma maior visibilidade a este tema como objeto de pesquisa nos estudos, não só da Comunicação, mas também de outras disciplinas que, muitas vezes, não levam em conta os assuntos sobre a comida. Como afirmamos, deve-se procurar sempre uma abordagem interdisciplinar.

Entendemos que a hibridação crescente entre o culto, o popular e o massivo provoca uma descontinuidade na linha divisória entre cada um de seus praticantes e seus estilos. Mas esta característica que defendemos ainda encontra seus obstáculos, pois em cada um dos campos existem movimentos que utilizam seus fundamentos e formas específicas como justificativa para tentar manter as diferenças. Por isso, a reorganização da cultura não pode ser enxergada como um processo linear. Os mercados culturais, principalmente a televisão, têm necessidade de expandir seus lucros e gerar mais consumo, para isso, acabam tornando popular os bens simbólicos da elite, a qual tenta ir contra a este movimento. Mas não só o campo do culto irá promover uma briga, o popular também não medirá esforços para conseguir manter aquilo que o identifica, sustentando a distinção de um em relação ao outro.

Tivemos a oportunidade de mostrar que encontramos nas culinárias os vestígios das trocas entre povos. As cozinhas contemporâneas são produtos de uma hibridação cultural. Como as outras artes, a culinária não fica parada. A história de sua evolução possui

diferentes lados segundo influências geográficas e temporais. As transformações da economia têm repercussões nos processos de produção e distribuição de alimentos e atingem significativamente a gastronomia, os hábitos alimentares e a estrutura da vida doméstica.

Sugestionados pela grande evidência da culinária nos meios de comunicação de massa, notamos que a gastronomia atual se baseia na mistura do que é novo com o tradicional e o local. Por isso, tentamos relacionar isso aos aspectos divergentes que constituem uma hibridação cultural do culto, popular e massivo. E para tornar este estudo mais palpável buscamos o programa de televisão Mesa pra Dois.

Creemos que através dos elementos que constituem a base do programa e a cozinha elaborada pelos “*chefs* apresentadores” conseguimos identificar características que integram um hibridação. Notamos que Alex Atala e Flávia Quaresma, pertencentes a uma cultura culta, conseguem se unir à cultura popular na apresentação de Mesa pra Dois e, principalmente, na culinária que praticam. Eles ainda juntam estes dois campos culturais com os meios de comunicação de massa ao explanarem esta mescla de sabores através da TV.

Mesa pra Dois serve como uma representação para entender uma cultura em hibridação, pois prossegue sua exibição sem muitos conflitos no campo de culto e do popular-massivo. O programa reestrutura conceitos e desenvolve novas experimentações, e por que não dizer novas degustações de linguagem. Ambas as intenções coexistem e podem ser entendidas e apreciadas, em diversos níveis, por públicos diferentes. O reconhecimento em um espaço – culto ou popular ou de massa – não impede que Mesa pra Dois seja identificado no outro. Para ficar mais claro, lembremos do exemplo que Canclini expõe a respeito do cinema brasileiro dos 70 e 80, que conseguiu alcançar essa duplicidade

cultural. Vemos isso nas reflexões propostas sobre a hibridez de nossa cultura em “Macunaíma”, de Joaquim Pedro de Andrade, ou em “Xica da Silva”, de Cacá Diegues.

Alex Atala e Flávia Quaresma são cozinheiros que servem como símbolos de nossa hibridação, pois são capazes de articular movimentos e códigos culturais de diferentes procedências. Eles nos mostram como é possível fundir heranças culturais de uma sociedade, a reflexão crítica sobre seu sentido contemporâneo e os requisitos comunicacionais da difusão de massa. Podemos entender que o culto e o popular, o global e o local vão se apresentar no final deste caminho como uma construção cultural. A dificuldade de definir um campo do outro e a constante oposição entre o culto e o popular torna-se insustentável. Pois é justamente o cruzamento dos dois é que poderemos entender seus aspectos. Os meios de comunicação de massa torna isto evidente.

Esperamos, com este trabalho, ter alcançado nosso objetivo de estudar as culturas híbridas e seus reflexos na incipiente gastronomia brasileira. Temas como este que abordamos são considerados “pequenos”, mas acabam despertando a curiosidade de muitas pessoas e se tornam “grandes”, envolvendo espectadores, leitores, jornalistas, programas de TV, anunciantes e veículos de comunicação. Meios massivos como a televisão interferem diretamente na formação deste público e, assim, surge uma maior demanda sobre informações a respeito deste assunto. Por isso a importância de os pesquisadores em Comunicação Social estarem atentos a fenômenos com este.

6. BIBLIOGRAFIA

- 1) AMARAL, Renata Maria do. *Gastronomia: prato do dia do jornalismo cultural*. Recife: O Autor, 2006.
- 2) ATALA, Alex. *Alex Atala: por uma gastronomia brasileira / fotografia* Edu Simões. São Paulo: BEI Comunicações, 2003.
- 3) BAUMAN, Zigmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- 4) BONASIO, Valter. *Televisão: manual de produção & direção*. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2002.
- 5) BRASIL. Decreto 3.551, de 4 de agosto de 2000. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Brasília, DF, Diário Oficial da União de 07 de agosto de 2000. Disponível em: <<http://www.minc.gov.br/legisl/docs/D-003551.htm>>. Acesso em: 02 de julho de 2006.
- 6) BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme. 1995 [1826]. *A fisiologia do gosto*. São Paulo: Companhia das Letras.
- 7) BRUIT, Hector H.. *A História na Mesa: as páginas do sabor*. In: Revista Nossa História. São Paulo. Ano 3/ nº. 29, p. 28-30. março. 2006.

8) CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad. Heloíza Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1998.

9) _____. *Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização*. Trad. Maurício Santana Dias, Javier Rapp. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

10) CASCUDO, Luiz da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1983.

11) DICIONÁRIO MICHAELIS TRILÍNGÜE / Português, Espanhol, Inglês. São Paulo: Klick Editora, 2001.

12) DICIONÁRIO HOUAISS DA LÍNGUA PORTUGUESA. Disponível em: <<http://houaiss.uol.com.br>>. Acesso em: 01 de julho de 2006.

13) DOURADO, Guilherme Mazza. *A História na Mesa: direito do pé*. In: Revista Nossa História. São Paulo. Ano 3/ nº. 29, p. 24-26. março. 2006.

14) FERNÁNDEZ-ARMESTO, Felipe. *Comida: uma história*. Trad. Vera Joscelyn. Rio de Janeiro: Record, 2004.

15) FRANCO, Ariovaldo. *De cacador a gourmet: uma história da gastronomia*. São Paulo: Senac, 2001.

16) IPHAN. Programa nacional do patrimônio imaterial. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br/bens/P.%20Imaterial/imaterial.htm>>. Acesso em: 15 de julho de 2006.

17) GLOBOSAT. GNT gastronomia. Disponível em: < <http://globosat.globo.com/gnt/>>. Acesso em: 31 de junho de 2006.

18) LEAL, Maria Leonor de Macedo. *A história da gastronomia*. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1998.

19) MICHAELIS MODERNO DICIONÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA. Disponível em <<http://www2.uol.com.br/michaelis>>. Acesso em: 29 de junho de 2006.

20) PAIVA, Raquel. *O espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998.

21) POMBO, Nívia. *A História na Mesa: Cardápio Brasil*. In: Revista Nossa História. São Paulo. Ano 3/ nº. 29, p. 32-35. março. 2006.

22) SCIELO. *Scientific Electronic Library Online*. FAPESP – BIREME. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762002000100006%20>. Acesso em: 11 de julho de 2004.

23) SERVAES, Jan. *Globalización o Localización: hacia un espacio de identidad cultural*. In: Comunicação para a cidadania. Organizadores Cícilia Maria Krohling Peruzzo, Fernando Ferreira de Almeida. São Paulo: INTERCOM; Salvador: UNEB, 2003. p.129-169.

24) SILVA, Paula Pinto e. *A História na Mesa: a cozinha da colônia*. In: Revista Nossa História. São Paulo. Ano 3/ nº. 29, p. 20-23. março. 2006.

25) STOLS, Eddy. *A História na Mesa: a mestiçagem dos alimentos*. In: Revista Nossa História. São Paulo. Ano 3/ nº. 29, p. 14-19. março. 2006.

26) TERRA. *Tecnologia*. Disponível em: < <http://tecnologia.terra.com.br/>>. Acesso em: 11 de julho de 2006.

27) UNESCO. *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540e.pdf>>. Acesso em: 15 de julho de 2006.

28) WATTS, Harris. *On camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC*. Trad. Jairo Tadeu Longhi. São Paulo: Summus, 1990.