

O lugar do jornalismo na constituição do discurso e do campo da gastronomia no Brasil

The place of journalism in the constitution of gastronomy discourse and field in Brazil

El lugar del periodismo en la constitución del discurso y del campo de la gastronomía en Brasil

Renata Maria do Amaral | reamaral@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5019-0063>

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, PE, Brasil.



Recebimento do artigo: 24-fevereiro-2021

Aceite: 28-maio-2021

AMARAL, R. M. O lugar do jornalismo na constituição do discurso e do campo da gastronomia no Brasil. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1 n. 2, p. 42-55, dez. 2021.

RESUMO

O objetivo deste artigo é identificar de que forma o jornalismo acompanha e influencia a constituição do discurso e do campo da gastronomia no Brasil. Analisamos como a culinária cede espaço para a gastronomia nas páginas do *Jornal do Brasil* (1960-1997), por meio da coluna *À mesa, como convém* (1975-1997), e da *Folha de S. Paulo* (1960-1992), por meio da primeira versão do caderno *Comida* (1988-1992), em um momento que denominamos de virada gastronômica. Comparamos a fase da virada com o período anterior para compreender as mudanças que ela traz. Lançamos mão dos conceitos de discurso de Michel Foucault e de campo de Pierre Bourdieu. A entrada do tema na ordem discursiva coexiste com as disputas pela consolidação do campo, tanto no jornalismo, em que o tema precisa brigar por espaço (literalmente) nas páginas com outros assuntos, quanto na gastronomia, em que novos atores passam a lutar pela importância da valorização da profissão.

Palavras-chaves: Gastronomia; Jornalismo gastronômico; Culinária.

ABSTRACT

The aim of this paper is to identify how journalism follows and influences the constitution of gastronomy discourse and field in Brazil. We analyze how cooking makes room to gastronomy in the pages of *Jornal do Brasil* (1960-1997), in *À mesa, como convém* column (1975-1997), and *Folha de S. Paulo* (1960-1992), in the first version of its Food section (1988-1992), at a period we call gastronomic turn. We compare the phase of the turn with the previous period to understand the changes it brings. We use Michel Foucault's discourse concept and Pierre Bourdieu's field concept. The entry of the theme in the discursive order coexists with the disputes for the consolidation of the field, both in journalism, where the theme needs to fight for space (literally) in the pages with other subjects, as in gastronomy, in which new actors start to fight for the importance of valorizing the profession.

Keywords: Gastronomy; Gastronomic Journalism; Culinary.

RESUMEN

El propósito de este artículo es identificar cómo el periodismo acompaña e influye en la constitución del discurso y del campo de la gastronomía en Brasil. Analizamos cómo la cocina da paso a la gastronomía en las páginas de *Jornal do Brasil* (1960-1997), en la columna *À mesa, como convém* (1975-1997), y *Folha de S. Paulo* (1960-1992), en la primera versión del cuaderno *Comida* (1988-1992), en un momento que llamamos viraje gastronómico. Comparamos la fase de transformación con el período anterior para comprender los cambios que trae. Utilizamos los conceptos de discurso de Michel Foucault y de campo de Pierre Bourdieu. La entrada del tema en el orden discursivo convive con las disputas por la consolidación del campo, tanto en el periodismo, en que el tema necesita pelear por espacio (literalmente) en las páginas con otros sujetos, como en la gastronomía, en que nuevos actores comienzan a luchar por la importancia de valorar la profesión.

Palabras claves: Gastronomía; Periodismo gastronómico; Cocina.

INTRODUÇÃO

A gastronomia é um assunto tão trivial na contemporaneidade que é possível que alguém mais desavisado chegue a pensar que o tema sempre esteve ali. Para um adolescente, assistir a um programa de televisão como o *reality show Masterchef* é tão natural quanto sacar o celular para conversar com os amigos pelas redes sociais. No entanto, a forma como se fala sobre comida hoje é apenas um pouco mais antiga do que a relação das pessoas com os aparelhos eletrônicos portáteis. Este artigo busca explorar de que forma se constituem o discurso e o campo da gastronomia no Brasil, lançando mão da pesquisa histórica baseada em fontes jornalísticas.

Em pesquisa anterior (AMARAL, 2013), analisamos de que forma o jornalismo gastronômico se inseria no contexto do jornalismo cultural brasileiro no início da década de 2000. Naquele momento, dois fenômenos aconteciam ao mesmo tempo: o início das faculdades de gastronomia no país e a explosão do assunto nas páginas dos jornais impressos. Não é o caso de adentrar demasiado no estudo aqui, mas podemos resumir que defendemos que a gastronomia começa a ser vista como parte incontornável da cultura, assim como a música, o cinema, a literatura e outras linguagens artísticas. Afinal, alimentar-se não equivale a simplesmente consumir um mero combustível, pois na mesa cumprem-se importantes funções sociais e concretizam-se relações de identidade cultural e pertencimento. O ato de comer vai além do alimento em si e, no campo jornalístico, a gastronomia se localizava nas páginas dos cadernos culturais justamente por causa dessa compreensão¹.

No entanto, depois de estudar o fenômeno contemporâneo, surgiu a necessidade de voltar ao passado para entender como tudo isso havia começado. A pesquisa seguinte (AMARAL, 2015), em que este artigo se baseia, buscou responder como se deu a transição do discurso da culinária para o discurso da gastronomia no campo do jornalismo brasileiro. Denominamos esse momento de “virada gastronômica”: um período entre as décadas de 1970 e 1990 em que, nas páginas dos jornais de maior circulação do país, a culinária passa, paulatinamente, a ceder espaço para a gastronomia. Mas o que exatamente queremos dizer quando contrapomos esses dois termos? É necessário deixar bastante claro o que é culinária e o que é gastronomia, com tudo que os dois conceitos implicam e passando longe do senso comum que governa o uso dessas palavras no cotidiano. Dória (2009) explica a diferença entre as expressões:

A culinária diz respeito aos procedimentos (dos rituais aos técnicos e tecnológicos) que visam adequar a natureza à alimentação humana. Ela é a matéria básica da gastronomia, que é o conjunto de saberes sobre a construção do prazer ao comer. A primeira é uma disciplina prática, com seus métodos, técnicas e gestual; a segunda está organizada no plano do discurso, como ocupação do espírito. (DÓRIA, 2009, p. 16-17, grifo nosso)

Enquanto a primeira se destina às preparações dos pratos, a segunda vai além disso e tem como foco o comer e as sensações a ele relacionadas. Poulain (2004) também nos ajuda a precisar o conceito: “A gastronomia é uma estetização da cozinha e das maneiras à mesa, uma virada hedonista dos fins biológicos da alimentação, esta atividade muito amplamente cercada por regras sociais e ao exercício da qual somos condenados várias vezes por dia” (POULAIN,

¹ O fenômeno cultural da gastronomia é observado no contexto do crescimento da classe média no país, quando mais pessoas passam a se alimentar fora de casa e a pensar mais sobre o que comem, buscando informações sobre o assunto para orientar suas escolhas. Para compreender como o jornalismo gastronômico se insere na cultura de consumo contemporânea brasileira, ver: AMARAL, 2014.

2004, p. 223). Tanto a questão da estética quanto a questão do prazer são frisadas pelo sociólogo na hora de destacar o que, afinal, é gastronomia. Seu papel como discurso, por sua vez, um dos pontos que nos interessa neste artigo, é frisado por Parkhurst-Ferguson: “Como qualquer discurso crítico, esse saber-dizer que é a gastronomia determina um saber-fazer, estabelece regras de boas maneiras, identifica, codifica e descreve para tornar a ação em questão acessível ao grande público” (PARKHURST-FERGUSON, 2012, p. 617, tradução nossa²). Em relação ao acesso, é importante ressaltar que, ao contrário do que se pode pensar, gastronomia não tem necessariamente a ver com luxo, como explica Dória:

Ver a cozinha dessa maneira dificulta perceber que ela corresponde, sempre e necessariamente, à convergência de ideias, valores sobre a nutrição, desenvolvimento científico, desenvolvimento técnico, gosto de uma época, eleição de matérias-primas, enfim, a tudo o que faz da fruição dos seus produtos uma experiência repetida várias vezes ao dia por pessoas tão distintas entre si. (DÓRIA, 2009, p. 20-21)

Em outra obra, escrita conjuntamente com o chef paulistano Alex Atala, o autor destaca a característica pública da gastronomia, em oposição ao aspecto privado da culinária. Enquanto a primeira está fortemente ligada ao restaurante, a segunda costuma se ater ao espaço doméstico: “A gastronomia só surge no mundo moderno em decorrência da urbanização e da generalização do hábito de comer em locais públicos (restaurantes) sobre os quais os frequentadores e os críticos podiam se manifestar” (ATALA; DÓRIA, 2009, p. 174-175). É interessante como essa mudança também se faz clara na análise dos jornais à época da virada gastronômica, como veremos adiante.

Como o restaurante é nosso personagem principal, vale a pena nos determos um pouco sobre seu surgimento na França. Se antes “restaurante” se referia a um caldo restaurativo e concentrado considerado o elixir da boa saúde, às vésperas da Revolução Francesa o termo passa a denominar um local público para alimentação mediante pagamento. A historiadora Spang (2003) nos conta essa história no livro “A invenção do restaurante: Paris e a moderna cultura gastronômica”:

Mais do que testemunhar a invenção do restaurante, o final da década de 1790 assistiu à morte da definição anterior e mais particular do termo: liberado de suas amarras dentro da cultura da sensibilidade “medicalizada”, “restaurant” tornou-se a palavra da moda, usada em Paris para todos os estabelecimentos que serviam refeições. (SPANG, 2003, p. 210)

Para Mennell (1985), a Revolução Francesa é um marco na culinária por vários motivos: permitiu o surgimento dos restaurantes, o que acelerou o desenvolvimento de uma cozinha mais elaborada; aumentou a distância entre cozinheiros profissionais (homens) e cozinheiras domésticas (mulheres); e proporcionou a emergência do gastrônomo – “não um cozinheiro, mas um especialista na arte de comer e um líder da opinião pública em questões de gosto” (MENNELL, 1985, p. 134, tradução nossa³). O autor, como Spang (2003), também não encampa a versão de que cozinheiros da aristocracia, sem emprego, abriram restaurantes após a revolução. Na verdade, os locais para comer abertos ao público, que viriam a ser chamados de restaurantes, começaram a abrir suas portas duas décadas antes da revolução, que apenas acelerou o processo.

² Tradução nossa do seguinte trecho: “À l’instar de tout discours critique, ce savoir-dire qu’est la gastronomie détermine une savoir-faire, règle des moeurs, les identifie, les codifie, et par l’écrit rend l’entreprise en question accessible au grand public”.

³ Tradução nossa do seguinte trecho: “not himself a cook, but an expert in the art of eating and a leader of public opinion in matters of taste”.

Levando tudo isso em conta, podemos destrinchar a abrangência do binômio culinária e gastronomia para outros termos mais específicos, de acordo com a análise sobre o jornalismo gastronômico. No momento da culinária, os conteúdos ligados à comida são publicados nas páginas voltadas ao público feminino, ora em suplementos específicos para a mulher, ora em editorias culturais que contam com seções destinadas às leitoras. O gênero textual predominante são as receitas, pois o enfoque recai sobre a prática (importante frisar que o fato de estar publicada em um jornal não faz da receita um gênero jornalístico como uma reportagem ou uma notícia). Interessa saber fazer um prato para agradar quem vai comer e aprender as técnicas necessárias para isso. O espaço privado da casa é priorizado, pois é ali que acontece a maior parte das refeições. A protagonista desse local é a cozinheira (no feminino, pois quase sempre são mulheres) e a abordagem dos pratos é cotidiana, trivial, com vistas ao preparo de refeições, seja para o dia a dia, seja para momentos especiais.

No momento da gastronomia, os conteúdos ligados à comida migram para as páginas de cultura e lazer. Em vez de receitas, aparecem gêneros jornalísticos comuns nas editorias citadas, como crítica e reportagem. O foco, agora, recai sobre o discurso, sobre a apreciação e o gosto, e não mais sobre a prática. O espaço se torna público: restaurantes, bares e cafés são temas frequentes. A cozinha de casa já não parece tão relevante. Quem protagoniza a ação no novo espaço são os chefs de cozinha (no masculino, pois quase sempre são homens). Em suma, a abordagem passa a ser cultural, com atenção aos aspectos históricos dos ingredientes, por exemplo. Para melhor compreensão e organização dos dois momentos aqui relatados, propomos abaixo um quadro comparativo das características do conteúdo relacionado à culinária e à gastronomia antes e depois da virada gastronômica (Quadro 1):

Quadro 1. Mudanças da virada gastronômica

	Antes da virada	Depois da virada
Campo	Culinária	Gastronomia
Editoria	Feminina	Cultura e/ou lazer
Gênero	Receita	Crítica e/ou reportagem
Enfoque	Na prática	No discurso
Espaço	Privado (casa)	Público (restaurante)
Protagonista	Cozinheira (no feminino)	Chef (no masculino)
Abordagem	Cotidiana	Cultural

Fonte: Elaborado pela autora

O foco da nossa pesquisa está na virada gastronômica, entre meados das décadas de 1970 e 1990. A virada, claro, não se dá de um dia para o outro. É, como o próprio nome diz, uma passagem, ou seja, coexistem elementos residuais da fase anterior com a preparação do terreno para a fase posterior. É preciso ter em mente que se trata de um momento de transição, que vai abrir caminho para a consolidação do jornalismo gastronômico na contemporaneidade. O quadro busca ser didático, mas não significa que as fases são estanques. Antes de adentrar na observação de como esses aspectos se revelam na materialidade do *corpus* de pesquisa, é interessante destacar os caminhos teóricos e metodológicos usados.

ASPECTOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS

Em nosso percurso teórico, o filósofo Michel Foucault assume espaço importante na análise de como se dão as transformações da culinária até a gastronomia. Consideramos a metodologia sugerida em *A arqueologia do saber*, publicado em 1969 (e consultado em edição de 2008), um caminho frutífero para abordar de que forma a ideia de gastronomia foi sendo construída com o auxílio da mídia. Para tanto, é necessário explorar melhor de que se trata o conceito de arqueologia proposto por Foucault. Seu método arqueológico busca escavar como surge um discurso em determinada época. A análise se centra no acontecimento discursivo: quando um enunciado é produzido, por que apareceu exatamente ele e nenhum outro em seu lugar?

Para Araújo (2008), a arqueologia não procura a origem primeira, mas toma os objetos do saber discursivamente, como “um acontecimento a ser descrito e analisado como tendo surgido por tais e tais circunstâncias. Daí a busca das transformações, das descontinuidades, das rupturas” (ARAÚJO, 2008, p. 60). Assim, não é nosso objetivo apontar o momento exato do surgimento da gastronomia na imprensa brasileira. Longe disso. Nossa intenção é utilizar o caderno *Comida, da Folha de S.Paulo*, e a coluna “À mesa, como convém”, do *Jornal do Brasil*, como explicaremos na metodologia, como marcos importantes de um fenômeno mais amplo, que tanto alimenta a prática social quanto é alimentado por ela. Não é possível precisar uma data de nascimento para a ideia de gastronomia no jornalismo brasileiro, mas é possível usar esses marcos como pontos de partida para uma investigação da gastronomia como saber partindo da observação da mídia.

Veiga-Neto (2007) esclarece que a arqueologia busca realizar uma escavação nas camadas do discurso a fim de compreender o surgimento e a transformação dos saberes. Ela busca não interpretar, mas sim explicar como um texto vem a ser o que ele é. O conhecimento, por sua vez, é um produto desses discursos, é algo construído e não natural ou dado, como quase sempre se imagina. Os discursos formam os objetos de que falamos e não o contrário. “As práticas discursivas moldam nossa maneira de constituir o mundo, de compreendê-lo e de falar sobre ele. E, ainda que uma prática discursiva dependa da nossa vontade, essa não é suficiente para gerá-la e fazê-la funcionar” (VEIGA-NETO, 2007, p. 93). No caso da nossa pesquisa, defendemos que falar sobre gastronomia hoje é bem diferente de falar sobre culinária antes da virada gastronômica.

Além disso, os discursos não estão concentrados em algumas mãos, mas espalhados socialmente: “Os discursos não estão ancorados ultimamente em nenhum lugar, mas se distribuem difusamente pelo tecido social, de modo a marcar o pensamento de cada época, em cada lugar, e, a partir daí, construir subjetividades” (VEIGA-NETO, 2007, p. 100). Para Foucault (2008), discurso é um “conjunto de enunciados que se apoia em um mesmo sistema de formação; é assim que poderei falar do discurso clínico, do discurso econômico, do discurso da história natural, do discurso psiquiátrico” (FOUCAULT, 2008, p. 122). A interpretação de Araújo (2008) joga mais luz sobre o que é o discurso para Foucault ao falar sobre a regularidade dos acontecimentos discursivos e a posição de sujeito na ordem discursiva:

Para entender o discurso é preciso a) atentar para sua raridade, sua preciosidade, o modo como se repartem as condições externas que permitem seu surgimento; b) ter presente que a história se faz a partir de pequenos registros ou acontecimentos discursivos regulares e dispostos em séries que se transformam, e não exclusivamente de causas ou efeitos massivos. Trata-se sempre de acontecimentos enunciativos, nos quais alguém pode ou tem capacidade de ocupar a posição de sujeito, entrando na ordem discursiva. (ARAÚJO, 2008, p. 72)

Além da noção foucaultiana de discurso, o conceito bourdieusiano de campo também é essencial para nossa análise. Bourdieu define campo como uma rede ou configuração de relações objetivas entre posições. Ou seja, o campo é sempre relacional: “Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças” (BOURDIEU, 1999, p. 57). Também é preciso destacar a relação do campo com o capital, ou seja, as formas de poder que se destacam na sociedade: “Os campos são arenas de luta em que os indivíduos e as organizações competem, inconscientemente e conscientemente, para valorizar as formas de capital que eles possuem” (BENSON; NEVEU, 2005, p. 4, tradução nossa⁴). O capital econômico, por exemplo, se relaciona ao dinheiro propriamente dito e o capital cultural engloba conhecimento, educação, habilidade técnica e sensibilidade artística. No entanto, um fenômeno frequente é a conversão de capital. Geralmente, quem tem mais sucesso em um campo é quem consegue realizar essa conversão, que pode ser, por exemplo, de capital social (como as redes de relações ou *networks* comuns no mercado de trabalho) em capital simbólico (aquele que legitima a dominação). A entrada de novos agentes no campo pode ir no caminho da conservação ou da transformação, quando alguém entra buscando se diferenciar dos demais e estabelecer um novo modelo.

Apesar de não trazer uma só linha sobre a gastronomia, o livro “Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro”, de Gadini (2009), promove uma análise interessante do campo do jornalismo cultural e da sua relação íntima com os outros subcampos do campo da produção cultural. O autor exemplifica como se dão essas influências:

O reconhecimento dessa formatação cotidiana da cultura pelo que entra ou não nas páginas dos cadernos culturais, contudo, não equivale a dizer que o que não é editado estaria fora do campo cultural. Antes, o que se pretende é ressaltar que esse processo de agendamento periodístico vai, a seu modo, forjando comportamentos de consumo, adesão ou leitura, de modo que se pode dizer que efetivamente a produção dos cadernos também se legitima como um mecanismo que participa da instituição cotidiana do campo cultural na contemporaneidade. (GADINI, 2009, p. 84)

É importante ressaltar que “o campo, como espaço simbólico e material onde se processa a ação, não é objeto inerte para o sujeito, mas condição e base onde as táticas e estratégias são projetadas e, reciprocamente, reforçam a sua existência e legitimidade” (GADINI, 2009, p. 102). Ou seja, os agentes concretizam suas ações de acordo com a base oferecida pelo campo. É nela também que ocorrem as disputas pela legitimidade. Essa discussão é frutífera para pensar a entrada no campo de temáticas anteriormente consideradas de pouca importância, como é o caso da gastronomia. Por que não se falava sobre o assunto e agora se fala tanto – e, principalmente, como acontecem as mudanças na forma como se fala? A imprensa tem seu papel nessa legitimação.

Depois do percurso teórico, vamos voltar nossa atenção aos aspectos metodológicos da pesquisa. Como abarcar todos os veículos brasileiros para confrontá-los é uma missão impossível, nosso foco está em duas publicações de influência nacional na época da virada gastronômica: o carioca *Jornal do Brasil* e a paulista *Folha de S. Paulo*, cuja primeira versão⁵ do caderno *Comida* circulou entre 1988 e 1992. A presença do *Jornal do Brasil*, por sua vez, se

⁴ Tradução nossa do seguinte trecho: “*Fields are arenas of struggle in which individuals and organizations compete, unconsciously and consciously, to valorize those forms of capital which they possess*”.

⁵ O suplemento *Comida* é relançado quase 20 anos depois, em 2011. Para uma comparação entre as duas versões do caderno, em momentos tão distintos, ver: AMARAL, 2014.

justifica por ele abrigar a obra de Apicius. Sob esse pseudônimo, o jornalista Roberto Marinho de Azevedo Neto escreveu durante 22 anos uma seção sobre comida intitulada “À mesa, como convém”, entre 1975 e 1997, numa época em que a alimentação estava longe de ser uma temática em voga como é hoje. Partimos da hipótese de que Apicius é uma peça-chave na passagem da culinária como prática para a gastronomia como discurso nos jornais brasileiros. Ainda hoje ele é visto como referência no campo do jornalismo gastronômico. Ao lançar mão de um dos gêneros mais valorizados no jornalismo, a crônica, e misturá-la com a crítica, Apicius contribuiu para a mudança de *status* do tema na mídia.

Roberto Marinho de Azevedo se escondeu sob o pseudônimo para manter o anonimato e poder avaliar os restaurantes cariocas de forma isenta, sem ser reconhecido nem aceitar convites. Apicius desenvolveu um estilo peculiar, no qual às vezes o estabelecimento criticado merecia menos atenção do que outros aspectos pitorescos que observava ou que lhe vinham à mente. Por causa dessas divagações, seu texto ficava no limiar dos gêneros crítica e crônica. Pode-se mesmo dizer que ele fundou um gênero híbrido único na imprensa nacional. O autor ajudou a colocar a gastronomia na pauta do jornalismo, indo além da convencional seção de receitas – ou, parafraseando o título de sua coluna, indo da cozinha à mesa, como convém.

A virada gastronômica é, como já foi dito, um momento de transição, que vai abrir caminho para a consolidação do subcampo do jornalismo gastronômico na contemporaneidade. Não podemos falar da virada, no entanto, sem antes explicar o que existia antes dela. Para isso, precisamos voltar no tempo e observar a produção anterior, tomando como base a década de 1960, nos mesmos jornais que compõem nosso objeto de estudo: Folha de S.Paulo e Jornal do Brasil. O material anterior à virada gastronômica não é o foco da nossa pesquisa, mas sim a maneira encontrada para indicar, por meio de comparação, as principais características do período estudado. Por isso, a coleta de dados não foi tão exaustiva nem completa quanto aquela realizada no *corpus* propriamente dito, mas foi suficiente para cumprir seu propósito. O ano de 1960 foi definido como ano inicial da coleta anterior ao *corpus* da virada. Essa opção se deu por ser o ano do nascimento do jornal Folha de S.Paulo⁶. A data, então, foi usada também para o Jornal do Brasil, cuja história começa em 1891. A abrangência temporal, porém, foi distinta, uma vez que Apicius começa a escrever no Jornal do Brasil em 1975 e a Folha de S.Paulo lança o caderno Comida em 1988. Assim, a leitura cobriu os anos de 1960 até 1975 no primeiro jornal e de 1960 até 1988 no segundo. A cada mês de cada um desses anos, uma semana inteira de edições foi vasculhada em busca de conteúdos sobre comida, sem distinção de caderno. Essa varredura permitiu identificar recorrências, padrões e mudanças na abordagem do tema ao longo dos anos.

O *corpus* da virada gastronômica propriamente dita na Folha de S.Paulo totaliza 617 páginas distribuídas em 177 edições, publicadas entre 23 de setembro de 1988 e 14 de fevereiro de 1992. Também coletamos as capas dos jornais que traziam chamadas para o caderno de gastronomia. No Jornal do Brasil, foram coletados 977 textos do colunista Apicius, publicados entre 25 de outubro de 1975 e 25 de maio de 1997, por meio da Hemeroteca Digital Brasileira, portal lançado em julho de 2012 pela Fundação Biblioteca Nacional, com mais de 2 mil periódicos brasileiros digitalizados na íntegra.

⁶ A Folha de S.Paulo inaugura sua trajetória em 1 de janeiro de 1960. Não se trata exatamente de um jornal novo, mas sim da junção de três diários da mesma empresa: Folha da Manhã, Folha da Tarde e Folha da Noite.

DA CULINÁRIA À GASTRONOMIA: A VIRADA GASTRONÔMICA

Para fins deste artigo, faremos um breve apanhado do conteúdo publicado antes da virada gastronômica e no momento da virada gastronômica. Optamos por analisar o conteúdo sobre comida publicado na Folha de S.Paulo desde seu início. O jornal nasce contendo um suplemento chamado Mulher e Lar. Logo em seguida, em 13 de novembro de 1960, o nome vira Folha Feminina – Suplemento para a Mulher e o Lar. Apenas Folha Feminina é como a editoria passa a ser conhecida a partir de 25 de agosto de 1963, quando se modifica do formato *standard* para tabloide e lança aquele que é considerado seu número 1. Nos cadernos voltados para o público feminino à época, receitas eram indispensáveis. A nova Folha Feminina modifica a coluna de culinária, que passa a ser assinada por Helena Sangirardi. Na estreia da página, ela publica o seguinte texto de apresentação, que aliás dá a entender que ela dispensa apresentações:

Meu Deus, será que ainda preciso de cartão de visitas em São Paulo, para começar qualquer coisa? Brasileira, paulista de Ribeirão Preto, casada, vacinada, mãe de dois brotos, fazendo rádio, imprensa e televisão. Autora do livro "Alegria de cozinhar", do qual já foram vendidos 170 mil exemplares. Com alguns outros em preparo: "Um homem na cozinha", "Um broto na cozinha", "Suplemento d'Alegria de Cozinhar" e "Bolos de festa". Encantada com esse contato que vou ter com velhas amigas através da Folha Feminina, gostaria que vocês dessem as suas ordens. Vou trazer gente de São Paulo e do Rio para minha página, de outros estados e de outras plagas também. Gente para falar de culinária, esse assunto do qual não me canso nunca. E aproveito para lembrar você de que o peixe morre pela boca e o homem é... Agarrado pelo estômago!

Agarre seu homem pelo estômago é justamente o nome do título da nova seção. Há três tipos de informação na página, no formato de pequenas subseções: "Faça de vez em quando", para as receitas mais dispendiosas; "Faça sempre", para as receitas mais econômicas; "Não faça nunca", para as dicas de etiqueta. Podem ser percebidas as características da culinária e não da gastronomia, conforme as distinções que explicamos anteriormente e a abordagem que apresentamos no Quadro 1.

No Jornal do Brasil, na mesma década de 1960, o conteúdo culinário era publicado na Revista de Domingo. O suplemento trazia na capa a seguinte indicação: "12 páginas exclusivamente para a mulher". Às vezes, chegava a 16 páginas. Apesar de não trazer a palavra mulher no nome, era a elas que o caderno se destinava. A culinária aparecia junto de assuntos como moda, filhos e comportamento. Em 18 de setembro daquele ano, um anúncio avisa que se trata do mais completo caderno feminino da imprensa brasileira e lista os assuntos abordados: "1. Receitas. 2. Decoração. 3. Exercícios para torná-la mais bela e saudável. 4. Aulas de corte e costura. 5. Nove modelos originais de Gil Brandão. 6. Um molde completo, em tamanho natural. 7. Bordados. 8. Reportagens de interesse feminino. 9. Uma página de medicina com úteis ensinamentos para você. 10. Passatempos".

A seção Arte culinária é assinada por Cyra Néry, que mantém, pelo que podemos perceber por suas palavras, uma relação próxima com as leitoras, a quem trata como amigas. A forma de contato eram as cartas enviadas para o jornal, comentando receitas, fazendo pedidos ou tirando dúvidas. Em 3 de janeiro de 1960, Cyra deseja feliz ano novo e promete receitas para o Dia de Reis. Porém, termina publicando a maneira de preparar sonhos, tanto fritos quanto foneados, para atender ao pedido de uma leitora. "Pedindo à leitora Teresa muitas desculpas pelo atraso em atendê-la devido ao fato de sua cartinha ter-me chegado às mãos depois do envio das seções de dezembro, aqui me apresso para reproduzir a receita pedida, agradecendo,

também, a atenção e o interesse". Mais do que debater algum assunto ou chamar atenção para um ingrediente específico, o espaço busca apresentar receitas.

Quando Comida é lançado, em 1988, a cidade de São Paulo se estabelece como referência em gastronomia no Brasil, abrigando os restaurantes mais importantes do país e ocupando o lugar que anteriormente havia sido do Rio de Janeiro, como veremos adiante ao falar sobre Apicius. A Folha de S.Paulo se tornou o maior jornal do país em circulação em 1986, dois anos antes do lançamento do caderno Comida. O suplemento, em sua primeira fase, tem início em 23 de setembro de 1988 e vai até 14 de fevereiro de 1992, às sextas-feiras, em quatro páginas independentes encartadas no caderno cultural Ilustrada. A reportagem de capa da primeira edição é uma seleção dos melhores restaurantes paulistanos de acordo com os leitores da própria Folha de S.Paulo, entrevistados em uma pesquisa de opinião do Instituto de Pesquisas Datafolha.

Em suas quatro páginas, Comida apresenta uma estrutura relativamente estável a cada semana: quase sempre, na primeira página, localiza-se a reportagem principal; na segunda, notícias sobre bebidas e guia de restaurantes; na terceira, informações históricas sobre ingredientes, notas e anúncios; na quarta, crítica e notícia com receitas. Ainda na terceira página, a seção de notas curtas Bronca traz deslizes das casas, em pequenos comentários anônimos ou assinados pelas iniciais do nome do autor.

Na lista dos três temas mais frequentes, a diferença é gritante: "restaurante" encabeça a página 448 vezes, enquanto "ingrediente" predomina em 50 páginas e "vinho", em 11. Tanto em críticas e reportagens quanto no roteiro do guia, restaurantes são o destaque de 83% das páginas de Comida. Tal disparidade não acontece por acaso. Afinal, qual a principal marca da passagem da culinária no espaço privado à gastronomia no espaço público? O restaurante figura como o personagem essencial da virada gastronômica, estimulado pela cultura de consumo. Nesse contexto, o jornal assume o papel de esclarecer ao público interessado os meandros das novidades que a gastronomia proporciona.

No caderno Comida, detectamos a presença de seis gêneros jornalísticos. Entre os informativos, estão a reportagem (às vezes trazendo em anexo um boxe mais analítico e interpretativo, sempre assinado), a notícia e a nota. Grosso modo, vamos chamar de reportagem os textos que se referem a fenômenos mais amplos e de notícia os textos que se referem ao que for mais factual. Entre os opinativos, a crítica e o guia, em forma de verbetes. Aliás, podemos considerar que o guia é uma espécie de nota meio informativa e meio opinativa, pois, apesar de seu texto ser breve e primordialmente descritivo, a nota numérica ou em forma de estrela concedida pelo crítico lhe impõe certo juízo de valor. Aparece também, por fim, um gênero não jornalístico, a receita, porém sempre ligada a algum gênero jornalístico no texto do qual faz parte, ao contrário do que acontecia antes da virada gastronômica. Raramente, há também pequenas entrevistas pingue-pongue como complemento de notícias ou reportagens.

Treze anos antes do início do caderno Comida, em 1975, Apicius se torna crítico de gastronomia do Jornal do Brasil, onde escreve até 1997 e vira um dos marcos do início do jornalismo gastronômico brasileiro. Levada ao extremo pelo uso do pseudônimo, a questão do anonimato chama a atenção na figura de Apicius. Atualmente, uma parcela significativa dos jornalistas de gastronomia não trabalha dessa forma e faz a crítica de estabelecimentos para os quais vai como convidado. Desnecessário comentar o quanto essa prática é prejudicial ao trabalho jornalístico, pois a equipe do restaurante faz de tudo para a experiência ser perfeita. O leitor, no entanto, não terá acesso ao mesmo tratamento quando resolver visitar aquela casa.

Além disso, outro ponto deve ser considerado: o crítico anônimo também usufrui maior liberdade não somente na hora de degustar, mas também na hora de escrever. Os textos publicados na imprensa influenciam o público a ir ou não ir a um estabelecimento – e poder emitir opinião sem sofrer pressões de ninguém é o ideal.

Para falar sobre crítica e crônica, é possível recorrer à obra de Melo (2003), que se ateu ao estudo dos gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Para ele, a categoria opinativa procura influenciar o leitor e atua como formadora de opinião. Para fins desta seção, vamos nos ater aos gêneros crítica (ou resenha) e crônica, pois eram justamente os dois utilizados, de maneira híbrida, por Apicius. A crítica é a apreciação de produtos culturais e obras artísticas com o objetivo de orientar os consumidores e leitores. Há quem defenda o uso do termo crítica exclusivamente para a área acadêmica, referindo-se a algo mais embasado e profundo, e da expressão resenha para a área jornalística, mais breve e superficial. A primeira se destinaria a entendidos e a segunda, ao consumo popular. Na prática, o termo crítica é usado para as duas funções no Brasil, o que nos leva a optar por ele em nossa exposição. É importante lembrar que, apesar do significado do termo no senso comum, crítica não quer dizer necessariamente algo negativo. A crítica tem um lado forte de jornalismo de serviço, pois o leitor pode usá-la para ajudá-lo a tomar decisões práticas sobre, por exemplo, a que restaurante ir. Ao lado das questões estéticas, há questões mercadológicas envolvidas:

Seu âmbito de ação contempla os produtos tradicionais, como a literatura e o livro, a música e as artes plásticas, o teatro e a dança, mas atribui ênfase aos novos produtos da indústria cultural que constituem fonte segura de receita publicitária: a televisão, o cinema, a música, e até mesmo o esporte, a gastronomia e a publicidade. (MELO, 2003, p. 138)

A crônica, por sua vez, é um gênero tipicamente brasileiro que mescla jornalismo e literatura. Trata o real de forma poética, usando os fatos como pretexto, como mote. Nomes como Carlos Drummond de Andrade, Rubem Braga, Fernando Sabino e Paulo Mendes Campos, nos anos 1930, reinventam a crônica já talhada por Machado de Assis e José de Alencar:

Se a crônica de costume se valia do real (fatos ou ideias do momento) simplesmente como “deixa” ou como inspiração para um relato poético ou para uma descrição literária, a crônica moderna assume a palpitação e a agilidade de um jornalismo em mutação. Ele figura no corpo do jornal não como objeto estranho, mas como matéria inteiramente ligada ao espírito da edição noticiosa. (MELO, 2003, p. 155)

Suas características são fidelidade ao cotidiano e crítica social, mas sempre com ares de despreocupação e casualidade. É comum se verificar um tom de conversa e de intimidade com o leitor, tido como um amigo do autor. Da fonte da literatura, a crônica bebe a maneira elaborada de narrar histórias e a liberdade na hora de escrever; do lado do jornalismo, ela herda os veículos de divulgação e a inspiração para seus temas. Vale mencionar que os cronistas trabalham de maneira diferente do restante da redação. Em geral, costumam ser colaboradores e não contratados do veículo para o qual escrevem. Portanto, não sofrem tanto com a pressão do tempo quanto os repórteres, o que lhes permite burilar melhor seus escritos. O pagamento pelo serviço é simbólico, mas o cronista é dono dos direitos autorais e pode publicar seus textos em coletâneas se assim desejar, como fez Apicius (1986).

Três grandes temas recorrentes e interessantes para nossa discussão foram encontrados tanto na Folha de S.Paulo quanto no Jornal do Brasil. São eles: os critérios da crítica, o início da valorização dos chefs de cozinha e a pedagogia do consumo. Os critérios da crítica são um momento de metalinguagem da crítica gastronômica, quando ela reflete sobre si mesma, pretendendo trazer ao leitor transparência nos métodos. O anonimato, a ética e os

procedimentos para atribuição de notas são discutidos nos próprios textos. O início da valorização dos chefs de cozinha aparece principalmente nos textos sobre a entrada dos chefs franceses no Brasil. Proprietários e *maîtres* são outros dois personagens ainda muito citados, que paulatinamente começam a dar espaço a quem está na cozinha. Quando o chef principia a surgir, a cozinheira, por outro lado, passa a desaparecer, especialmente no papel de personagem que oferece receitas ao leitor do jornal. A pedagogia do consumo é a opção pela via do didatismo na abordagem oferecida ao leitor, que é apresentado a uma série de novidades gastronômicas que deseja conhecer melhor: são novos ingredientes, produtos importados, vinhos antes indisponíveis no país. Tudo isso desperta um interesse inédito, que é tema tanto de reportagens da Folha de S.Paulo quanto de críticas do Jornal do Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em uma época em que alguns chefs de cozinha são cultuados como celebridades, é fácil esquecer que a glamorização da profissão é um fenômeno bastante recente – tanto que, na fase da virada gastronômica, ainda dava seus primeiros passos no Brasil. O hábito de ir ao salão cumprimentar os clientes aparece nos anos 1970, com a *nouvelle cuisine*⁷. No Brasil, foi justamente com a chegada dos chefs franceses que isso passou a ser valorizado. Na virada gastronômica, a figura do *chef* começa a aparecer lentamente. É o caso de Laurent Suaudeau e Claude Troisgros no Rio de Janeiro, que são citados e festejados. Eles chegam à cidade em plena explosão da *nouvelle cuisine*, como embaixadores do movimento. O ano é 1979 e, segundo conta D’Egmont (2014), ambos se instalam em restaurantes na Avenida Atlântica, à beira-mar de Copacabana: Troisgros no *Le Pré Catelan*, convidado por Gastron Lenôtre, e Suaudeau no *Le Saint Honoré*, indicado a Paul Bocuse por Roger Laloux.

Advogamos que a valorização da gastronomia em detrimento da culinária se caracteriza por uma série de mudanças: a editoria prioritária deixa de ser o suplemento feminino para virar o caderno de cultura e/ou lazer (ou até mesmo para chegar a suplementos exclusivos, como é o caso de Comida); os gêneros abandonam a receita para focar na crítica e

⁷ De acordo com Drouard (2009), a cozinha burguesa teve uma nova ascensão após a Segunda Guerra Mundial, mas entrou em declínio nos anos 1980, com o surgimento da *nouvelle cuisine*. A expressão aparece pela primeira vez em 1973, na revista *Gault et Millau*, em artigo de Henri Gault. Ele e Christian Millau diziam que a *haute cuisine* tinha se perdido em seus dogmas, com um repertório limitado de receitas. Nos anos 1960, a refrigeração ainda não era comum e restaurantes usavam molhos para disfarçar pratos não tão frescos assim. Também era comum servir pratos preparados com antecedência, apenas requentados. O nome surgiu quando os dois jornalistas foram jantar, em 1965, no restaurante de Paul Bocuse, que se destacava pelo frescor dos ingredientes. Gault e Millau saíram em busca de outros chefs na mesma linha e encontraram os irmãos Jean e Pierre Troisgros, Michel Guérard, Alain Chapel, Alain Sanderens, Jean Delaveyne e Roger Vergé, entre outros. O que eles tinham em comum? Havia abandonado práticas culinárias ultrapassadas que desvalorizavam os insumos. Também é necessário destacar que acontece uma mudança importante: a maior parte dos restaurantes não pertencia aos chefs até a década de 1950, mas essa tendência tomou fôlego nos anos 1960 e 1970. O nome dos donos, inclusive, passou a nomear alguns restaurantes: o *Auberge de Collonges au Mont d’Or*, por exemplo, passou a se chamar *Chez Paul Bocuse*. É justamente Paul Bocuse que se gaba de ter tirado o *chef* da cozinha. Ao mesmo tempo, cai o poder do *maître*, antes figura da maior importância nos restaurantes. “Um estado de espírito? Um movimento? Uma tendência? Uma mudança de comportamento? Só é possível entender a *nouvelle cuisine* analisando as relações de dependência e interdependência desenvolvidas nesse período entre três grupos distintos: os *chefs* e cozinheiros, conforme ascendiam socialmente, a nova mídia e a nova clientela” (DROUARD, 2009, 293). Tal fenômeno colabora para a mudança de *status* da cozinha, com o apoio da mídia, e nossa pesquisa observa que os reflexos logo chegam também ao Brasil.

na reportagem; o enfoque larga a prática para se ater ao discurso; o espaço prioritário se modifica do privado da casa para o público do restaurante; o protagonista tira o avental da cozinheira para vestir a dólma do chef; a abordagem, de modo geral, ganha uma ênfase menos cotidiana e mais cultural. Todas essas mudanças puderam ser observadas na exploração dos exemplos das duas fases durante a pesquisa.

É muito importante ressaltar que a virada é marcada não apenas por uma passagem da culinária à gastronomia, mas também da informação não jornalística à informação jornalística. Ressaltamos que receitas não são um gênero jornalístico, mas sim um gênero textual. O fato de ele ser impresso em páginas de jornal não faz dele jornalismo, assim como acontece com horóscopos, histórias em quadrinhos ou passatempos. Antes da virada, são as receitas que resumem todo o conteúdo sobre comida publicado nos periódicos, exceto quando começam a surgir indícios da virada. Quando ela acontece, surge então o jornalismo gastronômico: a comida passa a ser considerada um tema digno de exploração jornalística, indo de gêneros opinativos, como a crítica, até gêneros interpretativos, como a reportagem.

Buscamos neste artigo, por meio de uma pesquisa no arquivo dos jornais Folha de S.Paulo e Jornal do Brasil, contextualizar a virada gastronômica. A transição que pode ser identificada nas páginas de dois dos principais veículos de sua época faz parte de um momento histórico em que a culinária começa a dar lugar à gastronomia. A entrada do tema na ordem discursiva coexiste com as disputas pela consolidação do campo, tanto no jornalismo, em que o tema precisa brigar por espaço (literalmente) nas páginas com outros assuntos, quanto na gastronomia, em que novos atores passam a lutar pela importância da valorização da profissão. Como testemunha de seu tempo, o jornal retrata um fenômeno que estava começando a acontecer e, ao mesmo tempo, pode também influenciá-lo, em uma retroalimentação, instigando os leitores a prestar mais atenção ao tema da comida com um olhar renovado.

REFERÊNCIAS

AMARAL, R. M. **Gastronomia: prato do dia do jornalismo cultural**. Recife: Editora UFPE, 2013. Versão em e-book disponível em: <https://editora.ufpe.br/books/catalog/book/292>

AMARAL, R. M. Você tem fome de quê?: O jornalismo gastronômico na cultura de consumo contemporânea brasileira. **E-Compós**, Brasília, v. 17, n. 3, 2014. DOI: 10.30962/ec.1070. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1070> . Acesso em: 11 jun. 2021.

AMARAL, R. M. **Virada gastronômica: como a culinária dá lugar à gastronomia no jornalismo brasileiro**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

APICIUS. **Confissões íntimas**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.

ARAÚJO, I. L. **Foucault e a crítica do sujeito**. 2. ed. Curitiba: Editora da UFPR, 2008.

ATALA, A.; DÓRIA, C. A. **Com unhas, dentes e cuca: prática culinária e papo-cabeça ao alcance de todos**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

BENSON, R.; NEVEU, E. Field theory as a work in progress. In: BENSON, R.; NEVEU, E. (Org.). **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 1-25.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

D'EGMONT, A. Chefs franceses Laurent Suaudeau e Claude Troisgros comemoram 35 anos no Brasil. **O Globo**, Rio de Janeiro, 11 dez. 2014. Disponível em: https://www.laurent.com.br/home/ver_noticia.php?id=24. Acesso em: 24 dez. 2014.

DÓRIA, C. A. **A culinária materialista: construção racional do alimento e do prazer gastronômico**. São Paulo: Senac São Paulo, 2009.

_____. **Estrelas no céu da boca: escritos sobre culinária e gastronomia**. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

DROUARD, A. Chefs, gourmets e gourmands: a cozinha francesa nos séculos XIX e XX. In: FREEDMAN, P. (Org.) **A história do sabor**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009. p. 262-299.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 7 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

GADINI, S. L. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

MELO, J. M. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. ed. rev. e ampl. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MENNELL, S. **All manners of food: eating and taste in England and France from the Middle Ages to the present**. Oxford: Basil Blackwell, 1985.

PARKHURST-FERGUSON, P. Gastronomie. In: POULAIN, J. (Org.). **Dictionnaire des cultures alimentaires**. Paris: Presses Universitaires de France, 2012. p. 616-622.

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

SPANG, R. **A invenção do restaurante: Paris e a moderna cultura gastronômica**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

VEIGA-NETO, A. **Foucault e a educação**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.