



A cozinha na TV: distinção e simulacro em programas culinários do GNT

The kitchen on TV: distinction and simulacrum in GNT culinary programs



Nara Lya Cabral Scabin¹

¹ Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com pós-doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM. E-mail: naralyacabral@yahoo.com.br

Resumo: O artigo busca identificar os posicionamentos discursivos que estruturam dois programas culinários do GNT (*Tempero de Família* e *Que Maravilha!*), à luz de um contexto de alargamento e diversificação das visibilidades da cozinha e da comida na cultura audiovisual. Para discutir a problemática proposta, recorremos a aportes teórico-metodológicos da Análise do Discurso, com destaque para as considerações de Maingueneau acerca da semântica global do discurso e da heterogeneidade constitutiva deste. Como resultado principal, problematizamos a aparente diversidade de abordagens nos programas analisados, apontando que ambos são enunciados a partir de uma mesma posição discursiva.

Palavras-chave: TV; programas culinários; Análise do Discurso; distinção; simulacro.

Abstract: This study aims to find the discursive positions that structure two culinary shows broadcast by GNT (*Tempero de Família* and *Que Maravilha!*) in the light of a context of broadening and diversification of the visibilities of cooking and food in audiovisual culture. To discuss our guiding problem, we base ourselves on theoretical-methodological contributions from Discourse Analysis, with emphasis on Maingueneau's considerations about the global semantics of discourse and its constitutive heterogeneity. As our main result, we problematize the apparent diversity of approaches in the analyzed shows, pointing out that both are enunciated from the same discursive position.

Keywords: TV; culinary shows; Discourse Analysis; distinction; simulacrum.

Introdução

De um lado, uma cozinha aconchegante, com apetrechos que remontam a uma domesticidade trivial: um coador de café de pano, xícaras de esmalte colorido, pequenas galinhas decorativas em madeira, vasilhos de plantas. De outro, uma cozinha compacta e moderna, aparelhada com eletrodomésticos e utensílios em aço inox, ao fundo de uma bancada impecavelmente branca e bem-organizada. Não é necessário mais do que um rápido olhar para esses dois cenários para se perceber que os programas *Tempero de Família* (primeiro cenário) e *Que Maravilha!* (segundo cenário), duas das produções de maior audiência do canal brasileiro por assinatura GNT², recorrem a estratégias aparentemente diversificadas para representar a comida e práticas de cozinha.

Mais do que isso, as produções parecem mobilizar duas *representações sociais* cristalizadas na cultura audiovisual acerca da comida e da cozinha. Pelo conceito de *representação social*, compreendemos, com base em Moscovici (2015), construtos de ordem simbólica e cognitiva que intervêm sobre e, ao mesmo tempo, determinam a forma como conhecemos o mundo, desempenhando papéis tanto de *convencionalização* de pessoas, objetos, acontecimentos etc. quanto de *prescrição* de formas de compreensão da realidade cotidiana. Desse modo, temos, de um lado, o que denominamos *representação da cozinha como culinária*, compreendida como aglutinação de imagens (materiais e mentais) da cozinha enquanto espaço de práticas cotidianas, domésticas, não profissionais, familiares, afetivas, pautadas no saber popular e na tradição; de outro lado, há o que denominamos *representação da cozinha como gastronomia*, entendida como conjunto de imagens de práticas profissionais e especializadas, baseadas em sentidos de alta performance e formação técnica de chefs de cozinha e gastrônomos e em valores de autoria, sofisticação e distinção (SCABIN, 2021).

Neste trabalho, propomos dar um passo além em relação à dimensão das representações sociais imediatamente perceptíveis, sobretudo em suas diferenças contrastivas, em programas culinários, de modo a indagar sobre a(s) formação(ões) discursiva(s) a partir da(s) qual(is) tais produções são enunciadas. Mais precisamente, a problemática desta investigação parte de indagações motivadas pelo olhar da Análise do Discurso (AD), que podem ser sintetizadas na seguinte pergunta de pesquisa: para além da “superfície discursiva” das produções *Tempero de Família* e *Que Maravilha!*, a partir

² *Tempero de Família* e *Que Maravilha!* estão entre os cinco programas de maior audiência do GNT no primeiro trimestre de 2021 (GNT..., 2021).

de qual(is) posicionamento(s) enunciativo(s) os programas, considerados como produtos de restrições semânticas globais (MAINGUENEAU, 2008), emergem enquanto acontecimentos discursivos singulares?

A hipótese da qual partimos neste trabalho é a de que, embora a mobilização de diferentes representações socialmente cristalizadas possa conferir certa aparência de *diversidade* de enfoques para a programação culinária do GNT, os programas em questão são, na verdade, enunciados a partir de uma mesma posição discursiva. De modo a discutir tal proposição, mobilizamos, enquanto referencial teórico principal do trabalho, conceitos que integram a caixa de ferramentas da AD francesa, considerando especialmente a abordagem de Dominique Maingueneau (2008) sobre a existência de sistemas de restrições semânticas globais que definem as singularidades de diferentes discursos, bem como sobre os componentes da interdiscursividade.

Interessado em conciliar textualidade e historicidade em um mesmo gesto analítico, o autor considera a enunciabilidade de um discurso – o fato de ser objeto de atos de enunciação produzidos por um conjunto de indivíduos – não como elemento acessório, mas sim, como “algo de radical, que condiciona toda a sua estrutura” (MAINGUENEAU, 2008, p. 16). Isso porque, por meio da “competência discursiva”, os sujeitos discursivos conseguem enunciar conforme diferentes formações discursivas, cada qual caracterizada por sua própria *semântica global*, isto é, por um sistema de restrições semânticas que regula simultaneamente os diversos planos de um discurso. Dessa forma, “cada discurso repousa, de fato, sobre um conjunto de semas repartidos em dois registros: de um lado, os semas ‘positivos’, reivindicados; de outro, os semas ‘negativos’, rejeitados” (MAINGUENEAU, 2008, p. 99).

Ao mesmo tempo, a interdiscursividade deve ser compreendida como constitutiva do próprio discurso, uma vez que as formações discursivas já nascem em relação umas com as outras – ou, de modo mais específico, com seu Outro. É da *alteridade* que o discurso extrai sua *identidade*. Neste ponto, cabe observar que os conceitos de *discurso* e *formação discursiva* conectam-se de maneira indissociável no arcabouço teórico-metodológico de Maingueneau (2008). Enquanto a formação discursiva corresponde a um “sistema de restrições de boa formação semântica”, opondo-se à superfície discursiva, que diz respeito ao “conjunto de enunciados produzidos de acordo com esse sistema” (MAINGUENEAU, 2008, p. 20), o discurso compreende a relação entre formação discursiva e superfície discursiva, ou seja, o conjunto virtual de enunciados que podem ser produzidos a partir das restrições semânticas de uma formação discursiva dada.

Já em relação aos componentes da interdiscursividade, destacamos a noção de *campo discursivo*, que Maingueneau (2008) define, com base no conceito bourdiano de campo social, como um “conjunto de formações discursivas que se encontram em concorrência, delimitam-se reciprocamente em uma região determinada do universo discursivo” (MAINGUENEAU, 2008, p. 33-34). Concordamos com o autor quando este afirma que os campos discursivos devem ser recortados conforme escolhas metodológicas do pesquisador, responsável por definir os domínios suscetíveis de estudo a partir de uma extensão máxima representada pelo universo discursivo. No caso desta pesquisa, nossos esforços analíticos partem da delimitação do *campo televisivo* como objeto de atenção, assim compreendido por abarcar modalidades específicas de produção discursiva, reunindo discursos de mesma função social que estabelecem relações entre si³. Ao mesmo tempo, os campos discursivos estão sempre em relação com outros campos; assim, no caso deste trabalho, devemos considerar as relações estabelecidas entre o campo televisivo e o campo gastronômico, uma vez que o primeiro desempenha papel fundamental na mediação e visibilização de discursos provenientes do segundo.

Historicamente, o campo discursivo da gastronomia se constitui com a consolidação de um campo de atividades marcado pela diferenciação de relações sociais e econômicas em torno da produção dos alimentos. Esse campo discursivo reflete hierarquias próprias do moderno campo gastronômico ocidental, que emerge no contexto de profissionalização da cozinha, processo cujas raízes remontam ao século XVIII, com o surgimento, na França, de uma literatura culinária de autoria masculina⁴ (DÓRIA, 2012). Ao mesmo tempo, como assinala

³ A fim de situar as particularidades desse campo e de seus discursos, recorreremos à caracterização da *televisão* – e, por conseguinte, do *televisivo* – proposta por Kilpp (2018), que observa como as formas pelas quais diferentes mídias, através de suas técnicas específicas, “atribuem sentidos identitários aos seus construtos por meio de um conjunto de molduras e moldurações por elas praticadas” (KILPP, 2018, p. 280). Assim, considerando as molduras estabelecidas ao longo da história da televisão brasileira, são elementos distintivos do campo discursivo televisivo: os *canais*, territórios virtuais ocupados por emissoras; a *programação* televisiva, termo que inclui elementos como a grade, a definição do teor de determinados programas e o fluxo de transmissão; e os *programas*, unidades autônomas que se alternam na sequência montada para a exibição em fluxo da programação, mantendo-se apartados ao mesmo tempo em que têm alguma ingerência uns sobre os outros (KILPP, 2018).

⁴ A partir desse momento, o homem (no sentido de *sujeito do gênero masculino*) é alçado à posição de destaque no âmbito das práticas de cozinha, o que parece ter reflexos na atual tendência à masculinização da programação televisiva culinária, na qual se destaca a centralidade ocupada pela figura dos chefs, em representações que priorizam o saber técnico e especializado (OLIVEIRA, 2016; CHAVES; DANTAS, 2020). Convém observar, não obstante, que, ao menos no caso da TV brasileira, tal tendência é bastante recente, destoando da forma como a quase totalidade de programas ou quadros culinários era concebida entre os anos 1960 e o final do século XX, época em que era patente a condução de tais produções por apresentadoras e culinárias mulheres, que se dirigiam a um público feminino, formado eminentemente por donas de casa, segundo uma proposta instrucional consolidada a partir do pioneiro *A Cozinha Maravilhosa de Ofélia*, que foi ao ar de 1968 a 1998 (BUENO, 2016).

Montanari (2013), o surgimento de um campo gastronômico economicamente estruturado se dá a partir da produção de *distinções* em relação à cozinha popular, protagonizada por mulheres no espaço doméstico e articulada a partir de relações de trabalho não profissionalizadas.

Como nos lembra Bourdieu (2007), a *distinção* corresponde a uma estratégia de diferenciação, transversal à vida social, que tem papel fundamental na produção do *gosto*, entendido como *juízo estético*. Assim, enquanto estratégia de diferenciação, a distinção opera como elemento relacional que assinala um desvio e marca uma diferença em relação ao outro, fundando uma hierarquia entre indivíduos e grupos. No caso das visibilidades da comida e da cozinha na cultura audiovisual contemporânea, observa-se a tendência a uma espécie de “afetação estética” que “parece sancionar a conversão do *comer* em *prazer*, e conseqüentemente a transformação da noção de *gosto bom* em *bom gosto*” (OLIVEIRA, 2016, p. 140, grifos da autora). Nesse processo, a agregação de valor à comida depende de traços de distinção, que passam ora pela qualidade e nobreza dos ingredientes, ora pela apresentação visual das receitas, ora pela performance do cozinheiro (frequentemente um chef profissional elevado à condição de “chef-celebridade”) durante os rituais de preparo (OLIVEIRA, 2016).

Considerando, então, o estabelecimento de relações entre os campos discursivos televisivo e da gastronomia, é possível avançar na formulação de nossa hipótese de pesquisa, segundo a qual os programas *Tempero de Família* e *Que Maravilha!* parecem ser enunciados a partir de um mesmo *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*⁵. De fato, entendemos ser esta a posição a partir da qual a emissora GNT, entendida como dispositivo discursivo, enuncia – notação importante na medida em que permite reconhecer o caráter fundamental das condições concretas e materiais de produção e recepção do discurso⁶. Nesse sentido, entendemos que as representações de uma cozinha doméstica, popular e não profissional presentes em

⁵ Aqui, o qualificativo *televisivo* é importante na medida em que, conforme o aporte teórico-metodológico de Maingueneau (2008), um discurso deve ser caracterizado sempre em relação ao campo discursivo em que se situa.

⁶ Em julho de 2020, o GNT aparecia em sétimo lugar em um *ranking* das emissoras assistidas pelas classes A e B no Brasil, conforme dados da Kantar Ibope Media; ainda segundo a pesquisa, 71% dos espectadores do canal pertencem às camadas sociais mais abastadas (FELTRIN, 2020). Sabendo que o perfil da instância de recepção visada pela instância de produção (o GNT) constitui um elemento importante da forma como a emissora transforma o “mundo a significar” em “mundo significado” (CHARAUDEAU, 2006), parece-nos plausível que diferentes programas da emissora, não obstante o apelo a uma aparente diversidade de abordagens na superfície discursiva, sejam enunciados, na verdade, a partir de uma mesma formação discursiva.

parte das produções emergem não como forma de dar espaço a formações discursivas alternativas, mas como efeito do processo que Maingueneau (2008) denomina como *tradução*, cujas regras derivam da própria estrutura do modelo de restrições semânticas de cada discurso, já que cada formação discursiva possui uma maneira singular de interpretar seu Outro. Nesse sentido, a tradução leva à produção de um *simulacro*⁷ do Outro nos termos de um registro negativo – poderíamos dizer, *invertido* – da grade semântica do Mesmo.

Avançando no percurso metodológico do trabalho, o *corpus* de pesquisa abarca os episódios das temporadas de *Que Marravilha!* e *Tempero de Família* exibidas entre 2018 e 2021, excluindo-se os episódios de verão e as temporadas não integralmente exibidas no momento de realização das análises, entre julho e setembro de 2021. Assim, no caso de *Que Marravilha*, foram analisadas as temporadas *Aula de cozinha*, de 2018; *Chato Pra Comer*, de 2019; e *Delivery*, de 2020; já no caso de *Tempero de Família*, foram consideradas as temporadas de 2018, gravada na cidade de Belém; *Tempero de Família – Na paz*, de 2019; *Tempero de Família – Saudade*, de 2019; *Bom dia, Tempero de Família*, de 2020; *Tempero de Família – Tempo de Cuidar*, de 2020; e *Tempero de Família – Não joga fora!*, de 2021. Tendo em vista as limitações espaciais do artigo, as constatações serão aqui apresentadas a partir das recorrências identificadas, para cada título, no conjunto das temporadas, de modo que aspectos referentes a episódios específicos serão mencionados apenas a título de ilustração.

Em relação às operações propriamente analíticas, buscamos realizar a identificação de princípios semânticos que se reiteram nos episódios por meio de uma grade descritiva em que foram destacados aspectos relacionados a diferentes planos discursivos, definidos a partir da proposta metodológica de Maingueneau (2008). Esses planos são: (1) estatuto do enunciador e do enunciatário; (2) modo de enunciação; (3) intertextualidade; e (4) enquadramentos temáticos. Tal procedimento

⁷ Como se sabe, o termo *simulacro* comporta múltiplas e complexas conceitualizações, que transitam entre os campos da Comunicação, Filosofia e Ciências da Linguagem. Deleuze (2007), por exemplo, em sua leitura crítica da dualidade platônica entre modelo e cópia, entende o *simulacro* como distinto da *cópia*, uma vez que, nesta última, é possível encontrar *semelhança*, enquanto, no primeiro, só há *dessemelhança*. Já para Baudrillard (1991), que apresenta uma célebre leitura sobre o conceito na sociedade pós-moderna, *simulacros* são cópias que representam elementos que não encontram equivalência na realidade, enquanto a *simulação* corresponde à imitação de algo existente no mundo real. Neste trabalho, entendemos *simulacro* no sentido conferido para o termo no âmbito da Análise do Discurso francesa e, em especial, na obra de Maingueneau (2008), para quem a existência de posições enunciativas diversas em um espaço discursivo deriva de um processo de interincompreensão generalizada, de modo que não há dissociação entre o fato de um enunciador produzir enunciados de acordo com as regras da formação discursiva em que se situa e sua impossibilidade de compreender os enunciados de seu Outro. É neste sentido que, de acordo com o autor, um discurso só pode falar de seu Outro por meio de um *simulacro* dele produzido.

analítico, dada a natureza de nosso objeto de estudo, considera não somente aspectos da linguagem verbal, mas também componentes próprios da linguagem audiovisual, movimento metodológico coerente com a proposta de Maingueneau (2008), que afirma que as restrições semânticas de uma formação discursiva manifestam-se nas imagens produzidas sob sua influência, dado que o discurso constitui uma prática intersemiótica.

A cozinha profissional dos chefs em *Que Maravilha!*

O programa *Que Maravilha!*, estrelado pelo renomado chef Claude Troisgros, coloca em destaque a posição de saber ocupada pelo apresentador, na chave de uma mobilização de sentidos de ruptura em relação a práticas cotidianas de cozinha. De fato, é a partir dessa posição fundamental que o programa é enunciado: no que diz respeito ao *estatuto do enunciador*, a emissora legitima-se como dispositivo de enunciação a partir do saber-fazer de seu apresentador/mediador; quanto ao *estatuto do enunciatário*, posiciona-se o espectador como alguém desprovido do mesmo saber de Claude e, ao mesmo tempo, interessado na fruição de uma experiência estética propiciada pelas imagens de alimentos apetitosos e da performance arrojada do chef à frente da cozinha.

De fato, em relação ao *estatuto do enunciador* em programas culinários, é preciso considerar o papel desempenhado pelo *ethos discursivo*⁸ de seu apresentador: no caso de *Que Maravilha!*, isso fica evidente desde o título da produção, que remete ao *requinte* da gastronomia francesa ao apropriar-se linguisticamente do sotaque francês pela repetição do fonema /r/ na pronúncia da palavra *maravilha*. Certamente, trata-se de uma apropriação ligada ao *ethos* de Claude Troisgros, que não apenas nasceu na França, como estudou Gastronomia naquele país e é conhecido por sua especialização em cozinha francesa. Por assimilação, este *ethos* estende-se ao próprio programa enquanto instância enunciativa de um *savoir-faire*, em um movimento de inserção de ambos (programa e chef-apresentador) em um domínio discursivo marcado pelo sentido de *distinção* que alicerça a alta gastronomia.

Em relação às manifestações de *intertextualidade* em *Que Maravilha!*, destaca-se a constante contraposição entre as vozes leigas ou *não especializadas*

⁸ O *ethos* é aqui entendido no sentido proposto por Maingueneau (2010), isto é, como uma “voz” associada a um “corpo enunciante” a partir da representação que os destinatários fazem do locutor; este último, por sua vez, assume estratégias de comunicação a fim de controlar a apresentação de si, evidenciando como “a enunciação constrói certa ‘imagem’ do locutor e configura um universo de sentido que corresponde a essa imagem” (MAINGUENEAU, 2010, p. 80).

de quem não *sabe cozinhar* (e/ou, em alguns casos, não *sabe comer*) e uma voz *especializada*, materializada na figura de autoridade do chef de cozinha. Na temporada *Aula de cozinha*, de 2018, por exemplo, o chef-apresentador se encontra à frente da missão de orientar dez celebridades sem familiaridade com a cozinha que competem pelo título de melhor cozinheiro. No plano da imagem, o contraponto é marcado pelo próprio figurino do chef-apresentador, que durante todo o programa veste um dólma – peça clássica do uniforme dos chefs de cozinha.

A essa manifestação de intertextualidade, correspondem os *enquadramentos temáticos* predominantes no programa: em todas as temporadas analisadas, os temas *comida e cozinha* são explorados a partir de roteiros que valorizam a performance do chef-apresentador, posicionado como *professor* ou *especialista* responsável por mediar o acesso à *verdadeira* cozinha. Na temporada *Chato Pra Comer*, de 2019, por exemplo, Claude e seu assistente Batista recebem *denúncias* de telespectadores sobre familiares ou amigos que se alimentam mal. Dessa forma, os temas *comida e cozinha* são abordados a partir do protagonismo do saber gastronômico na promoção de hábitos alimentares vistos como *desejáveis* porque mais refinados e/ou mais saudáveis – em suma, mais *corretos*.

Em relação aos *modos de enunciação*, destaca-se a incorporação de convenções próprias do gênero reality show, com a presença de um tom competitivo – ainda que revestido de ludicidade e bom-humor – em todas as temporadas analisadas⁹. No caso da já citada temporada *Chato Pra Comer*, os episódios começam com imagens da dupla Claude e Batista assistindo a vídeos enviados pelos *denunciantes* da chatice à mesa; em seguida, eles são enquadrados conversando sobre a dificuldade do desafio colocado, em um esforço de imprimir certa apreensão ao programa. A seguir, a história do participante central de cada episódio – o(a) chato(a) da vez – é apresentada por relatos de amigos(as) e familiares gravados em espaços domésticos – as casas dos próprios participantes, quase todas amplas e confortáveis –, imagens que sugerem localizações de classe muito específicas. Não à toa, entre os sentidos acionados na circulação midiática da temporada, é recorrente a problematização quanto à condição econômica privilegiada dos participantes dos episódios, em contraste com a realidade

⁹ No caso de *realities* de gastronomia/culinária, “a comunicação é realizada pelos chefs de cuisine ‘da vida real’ considerados celebridades midiáticas, os quais se encarregam de conduzir, na maior parte das vezes, produções audiovisuais em competições ou jogos, relacionando conceitos diversos, entre eles, sofisticação, criatividade, estética e performance, às práticas alimentares” (REZENDE; LAVINAS, 2017, p. 78). Embora estes traços estejam presentes em *Que Maravilha!*, entendemos que o programa não pode ser considerado um exemplo típico de *reality show* devido sobretudo a seu caráter narrativamente fragmentário, já que não há continuidade entre os desafios apresentados a cada episódio e a natureza das disputas representadas, que não contam com dinâmicas de eliminação, pontuação, premiação etc.

da imensa maioria da população brasileira, que não se pode dar ao direito de ser “exigente” com a dieta (LIMA, 2019).

Por tudo isso, o programa se destaca pela mobilização de sentidos de *distinção*, que diferenciam a cozinha de Claude de um repertório culinário cotidiano. Isso fica particularmente evidente na temporada de 2020 de *Que Marravilha!*, intitulada *Delivery*, em que o diálogo com o contexto de pandemia e a necessidade de isolamento social permeiam os roteiros dos episódios. Do ponto de vista dos modos de enunciação, destaca-se novamente a presença de recursos expressivos típicos de *reality shows*: a cada episódio, Claude e Batista são desafiados a preparar pratos inspirados em receitas *afetivas* de espectadores, o que contribui à manutenção do tom de *soft competition* presente nas demais fases do programa. Do ponto de vista dos enquadramentos temáticos, essa estrutura narrativa favorece a abordagem dos temas *comida* e *cozinha* sob a ótica das tensões entre dois universos de práticas culinárias: de um lado, uma cozinha caseira, familiar, afetiva; de outro, a cozinha sofisticada e especializada dos *chefs*. Nessa perspectiva, o saber gastronômico se apresenta, ao mesmo tempo, *aquem* das receitas familiares, já que o valor afetivo ou emocional destas últimas não pode ser facilmente reproduzido, e *além* delas, já que Claude e Batista imprimem traços completamente autorais às releituras que fazem dos pratos.

Em relação às marcas de intertextualidade, mostram-se recorrentes falas sobre a cozinha como espaço de partilha e afetividade no âmbito doméstico e familiar, sobretudo nos momentos em que as famílias ou grupos de amigos que desafiam Claude relatam suas relações com a comida, apontando-a como elemento em torno do qual se constroem laços de amor e solidariedade. Esse sentido é retomado constantemente em falas dos apresentadores, como no seguinte diálogo no início do primeiro episódio:

[Claude] – Batista, eu fui desafiado a fazer uma vaca atolada melhor que a Dona Cida, que é a mãe do Ricardo. É impossível fazer vaca atolada da mamãe.

[Batista] – Da mamãe é difícil, né?

Interessa observar, nas falas acima transcritas, a produção de um *simulacro* que se realiza na tentativa de *traduzir*, nos termos da formação discursiva a partir da qual se estrutura o programa, uma *outra* cozinha: não à toa, a única qualidade atribuída à cozinha não profissional, nesses enunciados, é seu *valor afetivo*, em uma quase caricatura da *cozinha de mãe*. Além de desconsiderar diversos aspectos relevantes das práticas culinárias populares – aspectos históricos, culturais, materiais, sociais,

nutricionais etc. –, o programa evidencia o posicionamento enunciativo que lhe dá sustentação: isso fica particularmente evidente quando consideramos que, na estrutura narrativa dos episódios, os atributos das criações de Claude acabam sobrepondo-se aos das receitas ditas *amadoras*. No primeiro episódio, por exemplo, Dona Cida, ao saber que Claude havia substituído a costela bovina por carne de cordeiro na receita de vaca atolada, afirma que o prato teria ficado “mais chique ainda”.

Finalmente, devemos observar que os princípios semânticos identificados a propósito dos planos discursivos examinados são integrados também à dimensão da linguagem audiovisual nas três temporadas analisadas de *Que Maravilha!*. Em relação ao estatuto do enunciador, por exemplo, correspondem às imagens da cozinha bem equipada, moderna e profissional onde Claude e Batista preparam suas receitas, sempre vestindo seus dólãs (Figura 1). No caso do modo de enunciação, que incorpora recursos expressivos do reality show à estrutura do programa culinário, merecem destaque aspectos da montagem dos episódios, a exemplo da intercalação entre cenas do chef cozinhando e depoimentos dados pelos convidados, que olham diretamente para a câmera, em um enquadramento típico da estética da *reality TV*, enquanto depõem sobre suas expectativas em relação à participação no programa.



Figura 1: Claude Troigross e Batista interagem no primeiro episódio de *Que Maravilha! – Delivery* (2020), cujo cenário remete ao espaço moderno de uma cozinha profissional.

Fonte: Captura de tela realizada pela autora/Globoplay (2022).

Mais significativas, porém, parecem ser as visualidades construídas acerca da comida em *Que Maravilha!*, reforçando o enquadramento temático segundo o qual o saber especializado dos chefs de cozinha – bem como as qualidades dos pratos produzidos a partir desse saber – assumem o primeiro plano, narrativa e

imageticamente. Não raro, as receitas preparadas por Claude – em geral, apresentadas em empratamentos típicos da alta gastronomia – são postas em destaque na tela, por meio de enquadramentos que valorizam as propriedades visuais dos alimentos, suas cores e texturas (Figura 2).



Figura 2: Claude dispõe os elementos do prato que seria servido à convidada Camila, no primeiro episódio de *Que maravilha! – Chato pra comer* (2019).

Fonte: Captura de tela realizada pela autora/Globoplay (2022).

Com base nas observações apresentadas, torna-se possível identificar núcleos semânticos que se reiteram, caracterizando um sistema de restrições globais que rege a conformação dos enunciados de *Que maravilha!*, expressando-se simultaneamente em diferentes planos discursivos. A exploração sistemática desses operadores caracteriza o que denominamos *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*, cuja operação semântica fundamental pode ser descrita nos termos de uma operação de *Distinção*¹⁰.

Mais do que um mero *tema* do discurso em questão, essa operação semântica se desdobra no que Maingueneau (2008) denomina como “eixos semânticos primitivos” – isto é, os eixos semânticos de *relação*, *número* e *espacialidade* –, resultando em unidades mínimas de sentido reivindicadas para a enunciação, os *semas*. No caso do eixo *relação*, por exemplo, temos semas como /hierarquização/, /diferenciação/ e /contraposição/; já no caso do eixo *número*, temos /singularização/, /rarefação/ e /divisão/; finalmente, no caso do eixo *espacialidade*, destacam-se /afastamento/,

¹⁰ Aqui, seguindo a escolha feita por Maingueneau (2008), optamos por grafar *Distinção* com inicial maiúscula porque, neste caso, referimo-nos à denominação de uma operação semântica observada a propósito dos discursos analisados no curso da pesquisa.

/separação/ e /localização/. Todos estes semas, por sua vez, manifestam-se simultaneamente nos diversos planos discursivos, resultando em um conjunto de princípios semânticos de formação de enunciados, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1: Princípios de formação de enunciados produzidos sob o sistema de restrições do discurso televisivo da cozinha como gastronomia.

Planos discursivos / Eixos semânticos	Relação	Número	Espacialidade
Estatuto do enunciadador e do enunciatário	Diferenciação entre posições de saber e não saber.	Determinação das posições de saber (versus indeterminação das posições de não saber).	Localização das posições de saber (versus deslocalização das posições de não saber).
Modos de enunciação	Exploração de tensões entre componentes das relações.	Divisão em componentes menores. **	Separação de situações.**
Intertextualidade	Contraposição entre vozes de saber e não saber.	Rarefação de vozes de saber (versus multiplicação de vozes de não saber).	Distanciamento de vozes de saber (versus vozes de não saber).
Enquadramentos temáticos	Hierarquização dos componentes das relações.	Singularização de processos, objetos e experiências.	Afastamento entre processos, objetos e experiências.

** Característica propiciada por recursos de edição presentes nos programas, sobretudo aqueles comumente explorados em reality shows.

Fonte: elaboração da autora (2022).

Segundo nossa hipótese inicial, o programa *Tempero de Família* parece ser enunciado sob o mesmo discurso de *Que Marravilha!*, aparecendo como expressão negativa – isto é, *invertida* – de seu conjunto de semas *reivindicados*. Isso porque, ainda que a emissora apresente explicitamente como proposta do programa o objetivo de representar uma cozinha *outra* – familiar, popular, afetiva, não profissional –, diversos aspectos presentes na materialidade de seus enunciados sugerem que esta cozinha *outra* é, na verdade, enunciada a partir de uma posição discursiva (a *do discurso televisivo da cozinha como gastronomia*) que a traduz nas categorias negativas de seu próprio sistema.

A cozinha não profissional e não dos chefs em Tempero de Família

Embora o campo discursivo gastronômico surja a partir de operações discursivas de diferenciação em relação à cozinha não profissional, sabemos que esta última não pode ser representada por um único discurso – da mesma forma que o campo gastronômico, como todo campo discursivo, é composto por discursos diversos,

hegemônicos e contra-hegemônicos, centrais e periféricos etc. Por isso, em primeiro lugar, é preciso observar que, quando identificamos o *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*, referimo-nos a um discurso próprio do campo televisivo, que parece emergir a partir de um processo de mediação de elementos semânticos provenientes de discursos do campo gastronômico¹¹. Da mesma forma, em segundo lugar, observa-se que o processo de tradução discursiva operada pelo *discurso televisivo da cozinha como gastronomia* pouco ou nada diz sobre os discursos e práticas da culinária cotidiana, não profissional, popular. Mas diz muito sobre o próprio *discurso televisivo da cozinha como gastronomia* – como veremos nesta seção.

No ar desde 2013 pelo GNT, *Tempero de Família*, programa culinário conduzido pelo modelo, apresentador e *estrela* de memes de internet Rodrigo Hilbert, apresenta, em todas as temporadas analisadas, a recorrência de um *enquadramento temático* segundo o qual a comida e a cozinha são abordadas por meio de narrativas *afetivas*, como sugere a descrição do programa na plataforma Globoplay: “Rodrigo ensina os segredos que aprendeu com a mãe e a avó na cozinha. A série desmistifica a ideia de que para cozinhar é preciso usar ingredientes e utensílios difíceis”. No plano imagético, um indício deste *enquadramento temático* parece manifestar-se no figurino utilizado pelo apresentador. Isso porque, enquanto Claude e Batista vestem sempre o dólma, Hilbert utiliza roupas despojadas, como camiseta e calça *jeans*. No caso do segundo, a vestimenta adotada parece reforçar o *ethos* do apresentador, cujos modos de expressar-se e posicionar-se sugerem tanto uma relação com a cozinha marcada pela fruição de um hobby quanto uma identidade alicerçada em posições ocupadas no espaço familiar (marido, filho, neto).

Assim, por meio da representação da cozinha como espaço de *afetividade* e da imagem do apresentador como um não chef, *Tempero de Família* parece mobilizar sentidos de *simplicidade*, *trivialidade*, *desdiferenciação*, em uma estrutura enunciativa que segue um registro *invertido* das restrições semânticas reivindicadas pelo *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*. Em outras palavras, ao enunciar sobre uma *cozinha simples do dia a dia*, o programa produz dela um *simulacro*, no sentido que Maingueneau (2008) confere ao termo. Como importante indício deste argumento, cita-se o fato de que a cozinha tradicional e popular somente pode ser representada como *menos difícil* ou *mais simples* sob a ótica de uma formação discursiva que valoriza aspectos como requinte e profissionalização enquanto

¹¹ Em ocasião anterior, observamos e procuramos conceituar o processo de mediação como fator de gênese discursiva a propósito de outros discursos midiáticos, como o jornalístico (SCABIN, 2020).

traços distintivos da alta gastronomia. (De fato, não deixa de ser sintomático que, como ensina Montanari (2013), os processos da cozinha não profissional sejam em geral significativamente *mais* complexos do que os da cozinha profissional).

Igualmente decisiva para os *enquadramentos temáticos* no programa, a abordagem da comida e da cozinha do ponto de vista afetivo comparece em todas as temporadas examinadas, com destaque talvez para a temporada *Saudade*, de 2019, que propõe, como diz o apresentador no primeiro episódio, o preparo de “receitas que nos trazem nossas melhores lembranças e nos transportam para tempos inesquecíveis”. O cenário é decorado com peças que reforçam o tom de intimidade e nostalgia, incluindo coador de café de pano, bule e xícaras de esmalte colorido e cortina de renda sobre a janela, entre outros itens comuns a cozinhas modestas e familiares, como o escorredor de plástico sobre a pia, a fruteira de três andares e os imãs na geladeira. Mais adiante, entrevistando sua própria mãe, Hilbert relembra os natais da infância, e os dois preparam juntos uma receita “afetiva” de torta, retirada de um caderno de receitas envelhecido.

Neste caso, observa-se com clareza a mobilização de sentidos de *familiaridade*, *comunidade* e *comunhão*, em uma inversão dos princípios semânticos reivindicados como positivos pelo *discurso da cozinha como gastronomia*. Em especial, destaca-se o fato de que a relação da família Hilbert com a cozinha se apresenta como a relação de *qualquer outra família*, sentido reforçado pelo uso do pronome oblíquo “nos” na fala do apresentador acima transcrita. Uma vez mais, temos um processo de tradução em que o valor da cozinha não profissional é reduzido a uma qualidade *afetiva* e, portanto, *indistinta* de outras dimensões da vida cotidiana.

Outro dado relevante, do ponto de vista dos *enquadramentos temáticos* presentes no programa, diz respeito à forma como são representados os espaços de produção da comida. No conjunto das temporadas analisadas, a maior parte (*Saudade*, *Bom dia*, *Tempero de Família*, *Tempo de cuidar* e *Não joga fora*) é ambientada em espaços domésticos, cujas visualidades reforçam essa inscrição. Evidentemente, ainda que decorados de maneira rústica, as imagens dos espaços domésticos do programa evidenciam padrões estéticos e de consumo elitizados; não obstante, o que está em jogo nessa representação é a mobilização de princípios semânticos de *indistinção*, *indeterminação* e *deslocalização*, que marcam a relação entre os ambientes do programa e a *casa*, entendida como *toda e qualquer casa*.

Sem ser um chef, o *ethos* de Rodrigo Hilbert remete à identidade de “jovem pai de família”, cuja culinária “foi aprendida em casa, como ele revela em diversos episódios” (VEADO, 2017, p. 84). Assim, o *estatuto do enunciador* – o do

próprio Hilbert e o da emissora, cuja posição discursiva é legitimada pela atuação do apresentador à frente das câmeras –, é novamente construído conforme um registro negativo de restrições semânticas do *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*: reforça-se a todo momento que ele *não* é um chef, ao mesmo tempo em que se dá a ver uma cozinha familiar, doméstica, não profissional segundo um princípio de *não diferenciação*, nos termos de uma *falta*, uma *ausência de complexidade*. Esse princípio de indistinção se estende ao *estatuto do enunciatório*, já que ele é posicionado em relação ao enunciador através de uma tentativa de *aproximação* ou *nivelamento*. (De fato, do ponto de vista das condições concretas de produção discursiva, Hilbert não deixa de ser um *profissional*, tanto da TV quanto da cozinha, de modo que, considerando a inseparabilidade entre textualidade e historicidade, enunciado e enunciação, reforça-se a hipótese de que *Tempero de Família* seja produzido a partir do mesmo *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*).

Em relação aos princípios que regem a incorporação de formas de *intertextualidade* no programa, encontramos traços de *aproximação*, *confirmação* e *reiteração* de vozes e pontos de vista, que se unem em um coro *indiferenciado* de relatos sobre relações com a comida que, no fundo, são a *mesma relação*. Na temporada *Bom dia, Tempero de Família!*, de 2019, por exemplo, os episódios apresentam receitas de café da manhã, elaboradas com a presença de pessoas famosas, que falam sobre suas rotinas na hora de dormir e acordar. Além de serem integrados conforme um princípio de *indistinção* em relação à posição de Hilbert no programa, já que as vozes do apresentador e de seus convidados se reforçam, confirmam, complementam, harmonizam etc., os depoimentos invocam sentidos de *simplicidade* e *trivialidade*, sugerindo uma *generalização* das relações estabelecidas em torno da comida e da cozinha.

Quanto à forma como a comida é imagetivamente apresentada no programa, também se destacam aspectos relevantes. Isso porque, ainda sob um princípio semântico de *indiferenciação*, a comida é focalizada a partir de planos quase sempre abertos, em quadros imagéticos mais amplos, que incluem o espaço da casa, os instrumentos de cozinha, a decoração etc. Em especial, chama a atenção o estilo *despojado*, quase *bagunçado*, com que as receitas são focalizadas, com raras (e rápidas) tomadas da comida em primeiríssimo plano ou *close-up*. Ao mesmo tempo, os pratos são apresentados conforme disposições triviais, isto é, *indistintas* em relação aos pratos do cotidiano de *todo mundo*, como ilustra a Figura 3.



Figura 3: Pratos preparados por Rodrigo Hilbert, em cena do primeiro episódio de *Tempero de Família – Não joga fora* (2021).

Fonte: Captura de tela realizada pela autora/Globoplay (2022).

Finalmente, em relação a seu *modo de enunciação*, *Tempero de Família* mobiliza aspectos genéricos típicos dos tradicionais programas culinários televisivos, em que a apresentação de receitas tem papel temático e narrativo central. Mas duas particularidades do programa merecem atenção. Em primeiro lugar, destaca-se a adoção de um tom particularmente *emotivo* – em detrimento de uma abordagem predominantemente *referencial* das receitas –, conferindo corporalidade singular à produção. Em segundo lugar, e mais importante, a proposta instrucional da exposição do passo a passo do preparo de determinados pratos é articulada, em uma estrutura discursiva única, a temáticas secundárias, presentes em todas as temporadas analisadas.

Assim, de relações familiares ao cuidado com os mais velhos, passando por rituais do dia a dia e práticas de sustentabilidade, temáticas secundárias são incorporadas ao roteiro do programa conforme princípios de *indiferenciação*, *harmonização*, *reiteração*, evidenciando, uma vez mais, uma tradução à imagem e semelhança – ainda que *pelo avesso* – das restrições semânticas do *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*.

Considerações finais

O artigo procurou analisar discursivamente dois programas culinários da emissora GNT que mobilizam representações sociais distintas da comida e da cozinha: *Que Maravilha!* e *Tempero de Família*. Com base em aportes teóricos da Análise do Discurso, discutimos a hipótese de que, não obstante certa diversidade

de abordagens se apresente na superfície discursiva, os dois programas, quando examinados do ponto de vista de seus regimes de restrições semânticas globais, são enunciados a partir de uma mesma formação discursiva.

Denominando essa posição discursiva como *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*, buscamos descrever seu sistema de restrições globais, identificando a presença de uma operação semântica fundamental (operação de *Distinção*). Desdobrando-se em diferentes eixos e planos discursivos, essa operação resulta em um conjunto específico de *semas*, cuja manifestação encontramos, em sua face positiva, no programa *Que Maravilha!*.

Já em *Tempero de Família*, identificamos um processo de tradução de uma cozinha *outra* pelo *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*. Essa tradução parece ocorrer nos termos da operação semântica fundamental do discurso em questão (operação semântica de *Distinção*), de modo que, no programa, estão presentes representações da comida e da cozinha que se articulam a partir da demarcação de *diferenciações* em relação à cozinha profissional dos chefs.

Da mesma forma, observamos que essa cozinha *não profissional* e *não dos chefs* é enunciada segundo um registro negativo do conjunto de *semas* reivindicados pelo *discurso televisivo da cozinha como gastronomia*. Dessa forma, no caso de *Tempero de Família*, temos, em lugar do sema /hierarquização/, por exemplo, o sema /nivelamento/; em lugar de /singularização/, /generalização/; em lugar de /afastamento/, /aproximação/ – e assim por diante.

Em termos mais abrangentes, a programação culinária do GNT parece buscar *diferenciar-se* não apenas de uma cozinha considerada *desinteressante* a partir das projeções feitas pela emissora em relação às expectativas de uma audiência de elevado poder aquisitivo; de fato, a busca por diferenciação parece dar-se também em relação às convenções discursivas consolidadas na programação culinária da TV aberta ao longo do século XX, cuja principal característica, como vimos mais cedo, estava ligada a uma proposta eminentemente didático-instrucional (“ensinar a cozinhar quem precisa cozinhar”) (OLIVEIRA, 2016).

Finalmente, para além da caracterização de programas específicos, acreditamos que as análises empreendidas podem contribuir à construção de olhares críticos sobre representações mais gerais da comida e da cozinha na cultura audiovisual. Nesse sentido, o estudo busca abrir caminhos para a problematização da pretensa diversidade da programação culinária de emissoras televisivas, a exemplo do GNT.

Referências bibliográficas

- BAUDRILLARD, J. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BUENO, C. “Febre culinária”. *Ciência e Cultura*, Campinas, v. 68, n. 1, 2016, p. 63-65. DOI: 10.21800/2317-66602016000100020.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHAVES, V. M.; DANTAS, A. G. A. “Espetáculo à mesa: midiatização da cozinha nos *reality shows* de gastronomia”. *Mídia e Cotidiano*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, p. 244-260, mai./ago. 2020.
- DELEUZE, G. *Lógica do sentido*. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- DÓRIA, C. A. “Flexionando o gênero: a subsunção do feminino no discurso moderno sobre o trabalho culinário”. *Cadernos Pagu*, n. 39, jul./dez. 2012, p. 251-271.
- FELTRIN, R. “Exclusivo: Ranking mostra canais pagos que a elite brasileira vê”. *Splash Uol*, [S. l.], 2 jul. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2020/07/02/exclusivos-quais-os-canais-pagos-preferidos-pelos-mais-ricos-no-brasil.htm>. Acesso em: 30 out. 2021.
- GNT alcança maior posição histórica no primeiro trimestre de 2021. *Tela Viva*, [S. l.], 9 abr. 2021. Disponível em: <https://telaviva.com.br/09/04/2021/gnt-alcanca-maior-posicao-historica-no-primeiro-trimestre-de-2021/>. Acesso em: 21 jul. 2021.
- KILPP, S. “Sentidos identitários paradoxais de TV na Internet”. *Significação*, São Paulo, v. 45, n. 50, p. 278-296, jul./dez. 2018. DOI: 10.11606/issn.2316-7114.sig.2018.140894
- LIMA, C. E. “‘Que Maravilha: Chato Pra Comer’ é um Erro”. *Célula Pop*, [S. l.], 14 ago. 2019. Disponível em: <https://celulapop.com.br/que-maravilha-chato-pra-comer-e-um-erro/>. Acesso em: 23 out. 2021.
- MAINGUENEAU, D. *Gênese dos discursos*. Curitiba: Criar, 2008.
- MAINGUENEAU, D. “Éthos e apresentação de si nos sites de relacionamento”. In: MAINGUENEAU, D. *Doze conceitos em análise do discurso*. São Paulo: Parábola, 2010. p. 79-98.
- MONTANARI, M. *Comida como cultura*. São Paulo: SENAC, 2013.

MOSCOVICI, S. *Representações sociais*: investigações em psicologia social. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

OLIVEIRA, C. C. “Das concepções e representações do gosto pela mídia: reflexões acerca da imagem estetizada da comida na divulgação de receitas culinárias”. *Culturas Midiáticas*, João Pessoa, ano IX, n. 15, p. 136-150, jan./jun. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/29367>. Acesso em: 29 Abr. 2021.

REZENDE, R.; LAVINAS, E. L. C. “Gastronomia midiática: *reality shows* e a estetização da comida na TV”. *Lumina*, Juiz de Fora, v. 11, n. 3, p. 75-94, set./dez. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21240/11550>. Acesso em: 29 Abr. 2021.

SCABIN, N. L. C. S. *Mediação como gênese*: uma análise da conformação de discursos midiáticos identitários a partir do debate sobre gênero em *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo* entre 1978 e 2018. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

SCABIN, N. L. C. S. Deslocamentos de visibilidades hegemônicas e diálogos entre representações da cozinha no reality show *Cook Off - Duelo de Sabores*. *Mídia e Cotidiano*, Niterói, v. 15, n. 2, p. 106-120, maio/ago. 2021. DOI: 10.22409/rmc.v15i2.48692

VEADO, J. *Práticas culinárias em atuais programas de receita*: cozinhas do GNT e do YouTube. 2017. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

submetido em: 13 jan. 2022 | aprovado em: 2 jul. 2023