

# ENTRE A COZINHA COMO GASTRONOMIA E A COZINHA COMO CULINÁRIA: REPRESENTAÇÕES SOCIAIS EM PROGRAMAS TELEVISIVOS

## BETWEEN COOKING AS GASTRONOMY AND COOKING AS CULINARY ARTS/SCIENCE: SOCIAL REPRESENTATIONS IN TV SHOWS

<sup>1</sup> Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Belo Horizonte, MG, Brasil. E-mail: naralyacabral@yahoo.com.br

Nara Lya Cabral Scabin<sup>1</sup>  
ORCID iD: [0000-0002-7121-1142](https://orcid.org/0000-0002-7121-1142)

### RESUMO

Na contemporaneidade, a profusão e diversidade de gêneros e formatos audiovisuais culinários evidenciam deslocamentos de regimes representacionais da cozinha que predominaram na TV brasileira durante as últimas décadas do século XX. À luz desse contexto, o presente trabalho procura identificar representações sociais da cozinha mobilizadas em três programas do canal televisivo por assinatura GNT: "Cozinha Prática, Tempero de Família e Que Marravilha!". O corpus analisado abarca episódios das temporadas exibidas no primeiro semestre de 2021 no caso dos programas *Cozinha Prática* e *Tempero de Família*, e da temporada de 2020 no caso de *Que Marravilha!* Considerando o programa culinário como gênero do discurso televisivo, o trabalho identifica duas principais representações sociais da cozinha nessas produções: a representação da *cozinha como gastronomia* e a da *cozinha como culinária*. Essas representações são constantemente negociadas nos programas em foco, que se dirigem a um consumidor que tem na comida e na cozinha expressões importantes de seu estilo de vida.

### Palavras-chave

Comida. Cozinha. Programas culinários. Televisão. Visibilidades.

### ABSTRACT

*In the contemporary world, the profusion and diversity of culinary audiovisual genres and formats show shifts in the representational regimes of cooking that predominated in Brazilian TV during the last decades of the 20th century. Considering this context, this paper seeks to identify social representations of cooking mobilized in three TV shows on the cable channel GNT: *Cozinha Prática*, *Tempero de Família*, and *Que Marravilha!*. The research corpus encompasses episodes of the seasons shown in*

Como citar este artigo  
*How to cite this article*  
Skabin, N. L. C.  
Entre a cozinha como gastronomia e a cozinha como culinária: representações sociais em programas televisivos. *Pós-Limiar*, v. 6, e236849, 2023. <https://doi.org/10.24220/2595-9557v6e2023a6849>

Recebido em 15/9/2022  
Versão final em 6/1/2023  
Aprovado em 3/3/2023

Editores responsáveis: Luisa Paraguai e Juliana Doretto

the first half of 2021 for *Cozinha Prática* and *Tempero de Família*; and the 2020 season, for *Que Maravilha!* Considering culinary TV shows as a genre of television discourse, the present research identifies two main social representations of cooking in these productions: the representation of cooking as gastronomy and the representation of cooking as culinary science/art. Such representations are constantly negotiated in the programs in focus, which target a consumer for whom food and cooking are important expressions of their lifestyle.

### Keywords

Cooking. Culinary TV shows. Food. Television. Visibilities.

## UM NOVO CENÁRIO DA COZINHA NA TV

A presença da comida na cultura audiovisual não constitui propriamente um fenômeno novo, sobretudo no que diz respeito à programação televisiva. Já nos anos de 1950 e 1960, a culinária aparecia, com abordagem predominantemente didático-instrucional, em programas femininos exibidos vespertinamente por diferentes emissoras do eixo Rio-São Paulo. Nessas produções, destacava-se o diálogo com representações femininas alicerçadas em valores tradicionalistas sobre o papel da esposa, da mãe e da família e na inserção da comida e da cozinha no espaço doméstico.

Em relação ao mesmo período, merece destaque a *Revista Feminina*, da TV Tupi, primeiro programa feminino da televisão brasileira, que abriu espaço em 1958 para um quadro culinário fixo conduzido pela culinária Ofélia Anunciato, que havia começado sua carreira em divulgação culinária com a publicação de receitas nos jornais *A Tribuna*, de Santos, e *A Gazeta*, de São Paulo. Em 1968, Ofélia passou a conduzir um programa próprio, intitulado *A Cozinha Maravilhosa de Ofélia*, transmitido pela TV Bandeirantes. Exibido com o mesmo nome e pela mesma emissora até 1998, a produção tornou-se o programa culinário mais longevo da TV brasileira. Transmitido diariamente no período da manhã, *A Cozinha Maravilhosa de Ofélia* dirigia-se a um público feminino, formado por donas de casa, e teve sua proposta instrucional apropriada por outros programas de diferentes emissoras ao longo dos anos subsequentes à sua criação (Bueno, 2016).

Se, por um lado, a apresentação de receitas voltadas à gestão do dia a dia das telespectadoras mostrou-se um modelo de sucesso em programas dirigidos ao público feminino, a história da TV brasileira também registra pontualmente títulos voltados ao que se poderia considerar como uma “visão gastronômica” de cozinha, em geral comandados por chefs profissionais e com maior presença de homens como apresentadores. Essa se mostra, não obstante, uma tendência minoritária até os anos de 1990. É o caso do semanal *Silvio Lancelotti*, levado ao ar na década de 1980 pela TV Bandeirantes.

Diálogos com o campo da alta gastronomia também compareciam eventualmente em programas culinários como *A TV Maravilhosa de Ofélia*, que contava com a presença ocasional de chefs convidados. Da mesma forma, no matinal diário *TV Mulher*, lançado em 1980 pela Rede Globo, o quadro *Panela no Fogão*, apresentado pela jornalista Marilu Torres Travesso, tinha inicialmente o objetivo de apresentar receitas de restaurantes famosos de São Paulo. Não deixa de ser sintomático, porém, que, a pedido das telespectadoras, o quadro tenha passado a priorizar receitas populares e pratos do cotidiano<sup>2</sup>.

Já nas primeiras décadas do século XXI, por outro lado, o protagonismo feminino de culinárias e a prioridade dada à representação de práticas de cozinha do cotidiano doméstico na TV brasileira parecem dar lugar ao crescimento da presença de chefs, gastrônomos, especialistas e

<sup>2</sup> Informações disponíveis em: <http://www.memoriaglobo.globo.com>. Acesso em: 13 set. 2022.

celebridades. Nesse contexto, a programação relacionada à comida na grade televisiva envolve maior variedade e especialização temática — com programas que apresentam de cozinhas exóticas a tipos específicos de dieta, passando por narrativas de descoberta gastronômica em viagens, por exemplo — e diversificação de gêneros e formatos, o que representa um alargamento das possibilidades narrativas dos tradicionais culinários, nos quais predominava a abordagem instrucional de receitas. Dessa forma, fazem parte das grades televisivas atuais produções sobre comida que exploram características próprias de *talk shows*, programas de competição, *reality shows* etc.

Diversificam-se também os horários de exibição, com programas culinários transmitidos inclusive à noite, o que indica ampliação e maior segmentação do público consumidor dessas produções. Além disso, produtos culinários produzidos originalmente para a TV não raro são disponibilizados em plataformas de *streaming*; essas, por sua vez, pegando carona no sucesso dos culinários televisivos, têm investido também em produções próprias sobre comida: tendência essa, própria do contexto de convergência midiática, que integra o “duplo movimento” da televisão para a *internet* e da *internet* para a televisão, como descrito por François Jost (2019).

Entre 2015 e 2016, a presença de programas culinários na programação televisiva brasileira, em canais abertos e fechados, aumentou 38%, de acordo com pesquisa do Ibope para o *Valor* (Malta, 2014). Já no primeiro semestre de 2017, a venda de espaços publicitários em programas culinários de emissoras abertas e pagas cresceu 17% em relação ao ano anterior (Padiglione, 2017). Na mesma época, um levantamento do *Target Group Index* mostrou que a audiência desse tipo de produto crescia principalmente entre homens de 18 a 34 anos.

Entre os canais por assinatura, destaca-se o caso do GNT, emissora da Globosat, que em 2019 concentrou 98% da audiência das emissoras por assinatura dedicadas à temática culinária no horário nobre, segundo o Kantar/Ibope, com destaque para as atrações *Cozinha Prática*, *Tempero de Família*, *Perto do Fogo* e *Rainha da Cocada*. Durante a pandemia de Covid-19, o interesse pela programação culinária parece ter ganhado novo fôlego. No primeiro trimestre de 2021, por exemplo, quatro programas culinários estiveram entre os cinco de maior audiência do GNT: *Que Seja Doce*, *Cozinha Prática*, *Tempero de Família* e *Que Maravilha!* (Tela Viva, 2021).

Na TV aberta, o público também tem demonstrado notável interesse por programas culinários e, especialmente, de competição culinária: em 2019, como destaca Maurício Stycer, três programas do tipo foram lançados quase simultaneamente (*Mestre do Sabor*, da Globo; *Famílias frente a frente*, do SBT, e *MasterChef – Revanche*, da Band) (Stycer, 2019). Para o crítico de TV, o interesse pelas atrações culinárias seria um fenômeno situado principalmente entre o público de maior poder aquisitivo, isso porque mesmo os programas transmitidos em canais abertos de televisão costumam ser exibidos simultaneamente na TV paga e/ou em serviço de *streaming*, e o formato apresenta um bom potencial de exploração comercial para as emissoras (Stycer, 2019). Em relação ao ano de 2019, por exemplo, *Mestre do Sabor* consagrou-se como o *reality show* gastronômico de maior audiência da TV, tendo atingido 108 milhões de pessoas até o penúltimo episódio (*Mestre...*, 2019, *online*).

Na esteira do impulsionamento do interesse por programas culinários durante a pandemia de Covid-19, a Newco Pay TV, programadora do Grupo Bandeirantes, lançou, em junho de 2021, o canal por assinatura Sabor & Arte, cuja grade é integralmente dedicada à comida. Apresentado como “[...] um canal dedicado à culinária descomplicada para quem curte cozinhar com um olho na receita e outro na panela” (Canal..., 2021, *online*), Sabor & Arte tem curadoria do jornalista e crítico gastronômico Josimar Melo e conta com chefs de cozinha estrelados como parte de seu

elenco. A emissora, porém, não foi a primeira a dedicar-se exclusivamente à programação culinária na televisão brasileira: em 2011, o Grupo Mídia Brasil lançou, também na TV fechada, o canal Chef TV, com transmissões inicialmente para as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Florianópolis (Staut, 2011).

Diante desse contexto, o presente trabalho busca mapear e descrever as representações da cozinha em programas do canal televisivo brasileiro por assinatura GNT, recorte realizado em face da centralidade que a programação culinária tem na grade dessa emissora, da popularidade de seus títulos e da potencialidade representada por suas produções no sentido de favorecer a observação de negociações entre diferentes regimes representacionais da cozinha e da comida. Em relação ao cotejo do objeto empírico focalizado neste trabalho, esse foi guiado pelos olhares teóricos e procedimentos metodológicos que são descritos a seguir.

### MAPEANDO VISIBILIDADES EMERGENTES

De um lado, para compreender o sucesso, a ampliação e diversificação de produções voltadas ao universo da cozinha na programação televisiva, é preciso lembrar que produtos audiovisuais, ao mesmo tempo em que constituem objetos de consumo simbólico, relacionam-se também a dinâmicas de consumo material.

Assim, o recente reposicionamento da comida na programação televisiva faz parte de transformações mais amplas nos regimes de visibilidade da culinária e da gastronomia integradas a uma “onda” de consumo de bens relacionados à cozinha (Oliveira, 2016). Trata-se de tendências de consumo fortemente emocionais, estéticas e experienciais, na esteira de um “consumo da experiência” (Fontenelle, 2017), contexto em que produções audiovisuais oferecem a seu público um tipo de “prazer por procuração” (Oliveira, 2016, p. 141).

Ao mesmo tempo, por outro lado, a profusão e diversidade de gêneros e formatos audiovisuais culinários — de vídeos amadores de receitas compartilhados no *YouTube* a séries documentais de notável depuração técnica e *reality shows* protagonizados pela figura do “chef-celebridade” — evidenciam o alargamento da visibilidade conferida à comida e ao comer em uma cultura midiática constituída por mediações multidirecionais e multifacetadas. Deslocam-se, dessa forma, regimes representacionais da cozinha que, materializados sobretudo em programas instrucionais voltados a um público feminino formado por donas de casa, predominaram na TV brasileira durante as três últimas décadas do século passado.

Considerando esse contexto e a fim de alcançar os objetivos propostos neste trabalho, foram focalizadas as temporadas mais recentes, no momento de desenvolvimento desta pesquisa, de três programas culinários que estiveram entre as maiores audiências do canal por assinatura GNT no primeiro trimestre de 2021: *Cozinha Prática*, *Temporo de Família* e *Que Maravilha!* Para tanto, as reflexões aqui propostas partem do entendimento de que o *programa culinário* deve ser considerado, a partir de uma perspectiva bakhtiniana, como um gênero do discurso televisivo.

Para Bakhtin (2016), os gêneros discursivos são modelos enunciativos relativamente estabilizados e profundamente ligados à dimensão das práticas sociais. Em torno dos gêneros, articulam-se convenções determinadas pelas especificidades de cada campo de comunicação, as quais se manifestam em diferentes aspectos — conteúdo temático, estilo, construção composicional — “[...] indissolúvelmente ligados no conjunto do enunciado” (Bakhtin, 2016, p. 12).

No caso do *programa culinário*, tem-se conteúdos temáticos que abarcam não simplesmente questões relacionadas à comida ou à alimentação, mas

<sup>3</sup> Nesse sentido, considera-se que o *programa culinário* difere de outros gêneros discursivos comuns na programação televisiva sobre comida, como o *game show* e o *reality show*, embora características deste último não raro sejam incorporadas fragmentariamente ao estilo de programas culinários.

sim, práticas de cozinha. Já no que diz respeito à *estrutura composicional*, é possível encontrar, fundamentalmente, narrativas de preparação de alimentos, que podem se concentrar em diferentes etapas e processos envolvidos na transformação de ingredientes em comida<sup>3</sup>. Grosso modo, nesse sentido, os *programas culinários* podem ser entendidos como programas que têm como objetivo apresentar receitas, razão pela qual fazem parte de seu estilo aspectos como o desenvolvimento da ação em um único ou poucos ambientes; a presença de um(a) apresentador(a) que, adotando tom mais ou menos didático, se dirige diretamente à audiência e enquadramentos que priorizam imagens de ingredientes, utensílios e preparos finais.

Avançando na argumentação, a fim de apreender as *representações* da cozinha em programas culinários específicos, buscou-se identificar reiterações de sentidos indicativas de *representações socialmente compartilhadas* acerca da cozinha que comparecem nos produtos examinados. Como aponta Serge Moscovici (2015), as representações possuem um vínculo com o passado, com a memória coletiva, com saberes assentados previamente: daí serem representações “sociais”. Elas são como “entidades sociais”, com leis próprias, coexistindo e correlacionando-se. A transformação e/ou o desaparecimento de representações sociais implica alterações para além do significado das sentenças (ou para além mesmo dos sentidos das sentenças), tendo efeitos sobre o pensamento coletivo e nas inter-relações.

Considerando essas questões de partida, pautou-se, do ponto de vista metodológico, por procedimentos de assistência e decupagem de episódios dos três programas. Em seguida, por meio de uma grade de leitura específica e considerando o conjunto de episódios analisados para cada programa, buscou-se apreender as reiterações mais frequentes nas formas como a cozinha é representada em cada caso. O corpus analisado é formado pelos episódios que fazem parte das seguintes temporadas dos programas em foco: no caso de *Cozinha Prática* e *Tempero de Família*, foram consideradas as temporadas exibidas no primeiro semestre de 2021; já no caso de *Que Maravilha!* o trabalho examina a temporada exibida no segundo semestre de 2020. No caso de *Tempero de Família* e *Que Maravilha!* as temporadas em foco intitulam-se, respectivamente, *Não joga fora!* e *Delivery*.

Nas próximas seções do trabalho, serão descritas as representações da cozinha identificadas nos episódios dos programas *Cozinha Prática*, *Tempero de Família* e *Que Maravilha!* que constituem o corpus da pesquisa<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Os resultados apresentados se baseiam em aspectos cuja recorrência foi observada no conjunto de episódios analisados para cada programa. Dessa forma, não sendo possível, na extensão de um artigo, analisar cada episódio individualmente, recorrer-se-á a exemplos extraídos de episódios específicos a título de ilustração dos apontamentos realizados.

## A COZINHA DO COTIDIANO vESSIGNIFICADA EM COZINHA PRÁTICA

Apresentado por Rita Lobo, *Cozinha Prática*, no ar desde 2012 pelo GNT, tem a proposta de apresentar diferentes formas de utilizar um único ingrediente, unindo o caráter didático dos tradicionais programas instrucionais de TV à condução de uma chef de cozinha profissional, famosa também pela atuação como empresária à frente da grife *Panelinha*, que nasceu há 21 anos como site de receitas e hoje abarca também canal no *YouTube*, produtora audiovisual, editora, marca de utensílios para cozinha, cursos *online* (em parceria com o Senac) e loja virtual (Lobo, 2021). Atração diária na grade do GNT, os episódios inéditos exibidos a partir de março de 2021 incorporaram mudanças em virtude da pandemia de Covid-19, com destaque para a realização de entrevistas remotas com convidados (GNT..., 2021).

Abrindo o primeiro episódio da temporada, a apresentadora chama a atenção para o caráter trivial dos ingredientes que seriam usados nas receitas: “Batata, tomate, frango, banana, ovo, limão: duvido que você

<sup>5</sup> Vale lembrar que, em diferentes ocasiões, de entrevistas a postagens em redes sociais, a apresentadora afirmou que o que faz não é “gastronomia”, mas sim, “comida de verdade”, e que seu objetivo é ensinar o brasileiro a cozinhar como chave para uma vida mais “saudável” e “feliz” (Hargreaves, 2017).

não tenha algum desses ingredientes aí na sua casa. Nessa temporada do *Cozinha Prática*, a gente vai fundo em cada um desses ingredientes e muitos outros”. Na continuidade de sua fala, Rita Lobo anuncia que, dessa vez, os episódios também teriam o objetivo de ir além do “básico” e ensinar como deixar a comida “mais bonita, mais elegante, mais saborosa, mais especial”. Trata-se de uma afirmação que busca distanciar-se da pressuposição de que a cozinha cotidiana seria sempre “desinteressante”, “sem graça”<sup>5</sup>.

Nesse sentido, o programa estabelece a todo momento negociações entre sentidos de *simplicidade* e *complexidade*, *trivialidade* e *sofisticação*, localizando a cozinha cotidiana, assim como habitualmente concebida, no primeiro polo (*simplicidade*, *trivialidade*), enquanto recorre aos conhecimentos especializados da apresentadora como forma de ressignificar essa representação, aproximando a cozinha do dia a dia dos sentidos positivados que se apresentam no segundo polo (*complexidade*, *sofisticação*).

Isso fica evidente na forma como as receitas são executadas, já que Rita Lobo busca “traduzir” técnicas da cozinha profissional para condições de infraestrutura habitualmente presentes em espaços domésticos. É o que acontece quando ela faz pão de mel, por exemplo: embora a técnica convencional de temperagem do chocolate requiera o uso de uma pedra de mármore, a apresentadora ensina a alternativa com banho maria invertido, mais simples de ser feita em casa. Ao mesmo tempo, porém, utiliza um termômetro culinário para medir a temperatura do preparo — utensílio que a própria chef reconhece como um instrumento mais “profissional”. Nessa negociação entre um e outro regime de visibilidade da cozinha — a cozinha cotidiana, entendida como *culinária*, de um lado, e a cozinha profissional, entendida como *gastronomia*, de outro —, parece fundamentar-se a proposta de *Cozinha Prática*.

Em outros termos, os episódios reiteram o objetivo de propor a incorporação, à cozinha cotidiana, de técnicas de preparo, ingredientes e combinações de sabores que se afirmam justamente por seu valor de distinção em relação à culinária do dia a dia, estratégia central à convocação de um/a espectador/a presumido/a de elevado poder aquisitivo, preocupado com a saúde e que valoriza a reconexão com os alimentos pelo consumo de “comida de verdade”<sup>6</sup>. É o que fica evidente no segundo episódio da temporada em foco, em que Rita Lobo declara: “O segredo pra arrasar no frango é um pouco de técnica e muitas combinações de sabores. Quem transforma o franguinho básico em pratos de encher os olhos são os outros ingredientes: hortaliças, especiarias, ervas [...]” (Frango, 2021, online, 48 seg).

<sup>6</sup> Em julho de 2020, o GNT aparecia em sétimo lugar em um ranking das emissoras vistas pelas classes A e B no Brasil, conforme dados da Kantar Ibope Media. Ainda segundo a pesquisa, 71% dos espectadores do canal pertenciam às camadas sociais mais abastadas (Feltrin, 2020). Nesse sentido, é importante lembrar, como aponta Charaudeau (2010), que o perfil da instância de recepção visada pela instância de produção (nesse caso, o GNT) constitui um elemento importante da forma como a emissora transforma o “mundo a significar” em “mundo significado”.

De modo geral, portanto, no caso de *Cozinha Prática*, observa-se uma mediação específica de representações de práticas de cozinha cotidianas, mediação essa que busca mostrar que, além de prática, essa cozinha pode ser saborosa e “cheia de graça”. Essa articulação discursiva, transversal a toda a produção, tem como pressuposto fundamental o que foi identificado como uma representação social específica da cozinha: concebida enquanto *cozinha como culinária* (ou seja, como o conjunto de técnicas e saberes envolvidos na produção cotidiana, doméstica e não profissional da comida), essa representação aglutina sentidos de “simplicidade”, “trivialidade” e “pouca atratividade”. No programa, essa representação é tensionada à luz de uma outra representação social da cozinha, que se propõe denominar *representação da cozinha como gastronomia*, a qual diz respeito a práticas e saberes específicos, situados em um campo profissional e economicamente estruturado, cujo acesso restringe-se a experts, funcionando como forma de legitimação/deslegitimação de práticas culinárias e, portanto, como fator de produção de distinção social.

Assim, em *Cozinha Prática*, a representação da *cozinha como gastronomia* aglutina sentidos de profissionalismo, especialização, alta performance

e favorecimento das qualidades de sabor e beleza dos alimentos, mobilizados a partir da posição de saber ocupada por sua apresentadora, bem como pela proposta de ressignificar a experiência associada à *cozinha como culinária* em percepções correntes.

### O COZINHAR COMO ESTILO DE VIDA EM *TEMPERO DE FAMÍLIA*

Desde 2013, quando estreou na grade do GNT, *Tempero de Família* conta com a condução do modelo, apresentador e “estrela” de memes da internet Rodrigo Hilbert. A produção busca afirmar-se como espaço de narrativas afetivas em torno da relação com a comida, 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”. Dessa forma, esse espaço de “afetividade” em torno das práticas de cozinha é associado a uma representação social da *cozinha como culinária* pela mobilização de sentidos de “cotidianidade” e “não profissionalismo”, aglutinando também sentidos de “simplicidade” e “facilidade”.

Em 2021, a atração estreou uma nova temporada, gravada no sítio da família Hilbert em Teresópolis, no Rio de Janeiro, com o mote “Não joga fora!”, apresentando sugestões para reaproveitar ingredientes, reinventar receitas e reformar aparatos e utensílios de cozinha (Rodrigo..., 2020, *online*). O principal cenário da temporada é o espaço de uma oficina interligada a uma cozinha — ou projeto de cozinha, que o apresentador vai montando pouco a pouco com as peças que recria a cada episódio. Nela, vê-se um cenário decorado com utensílios simples e triviais, comuns em casas brasileiras, como pequenas galinhas de madeira e um coador de café de pano em um mancebo de madeira simples. Esse estilo meticulosamente despojado da cozinha rústica de Hilbert reforça o diálogo estabelecido, pela produção, com sentidos de cotidianidade e domesticidade.

No primeiro episódio da temporada, por exemplo, o apresentador, ao anunciar que transformaria um aparador velho em um fogão novo, afirma que precisaria perguntar para a “tia” se poderia utilizar o móvel, que ela teria ganhado da “vó”. As receitas da temporada também seguem o mote do combate ao desperdício, propondo o reaproveitamento de alimentos comuns na geladeira. Assim, busca-se afirmar um caráter supostamente trivial das “matérias-primas” utilizadas para a feitura dos pratos, como na seguinte fala de Hilbert, presente também no primeiro episódio da temporada:

[...] a gente vai usar aquele arrozinho que tá na geladeira de ontem e vamos fazer um nhoque; vamos fazer um molho arrabiata, que é um molho de tomate, e também vamos usar a casca do parmesão que normalmente você joga fora, a gente não vai jogar fora, a gente vai fazer uma pipoquinha de casca de parmesão e vamos fazer também um pavê de laranja usando até a casca (Fogão e nhoque, 2021, *online*, 7 min.).

Embora algumas receitas demandem o uso de ingredientes não tão comuns na despensa brasileira (como farinha de arroz) e o apresentador empregue ocasionalmente termos que remetem ao vocabulário dos chefs (como “reduzir” e “confitar”), as técnicas demandadas são, em geral, simples. A própria forma como Hilbert desenvolve os preparos, utilizando instrumentos comuns e atendo-se de modo despojado às medidas das receitas, evoca um saber culinário que se aprende “de olho”, vendo outras pessoas cozinharem. Além disso, o tema central da temporada, ao colocar em destaque a relação com a produção do espaço doméstico, contribui para o predomínio do diálogo com representações da *cozinha como*

*culinária* – ainda que nem todos os objetos empregados nas reformas sejam facilmente encontrados à disposição em nossas casas, como o *cooktop* “esquecido” que Hilbert utiliza para construir o fogão do primeiro episódio.

Não obstante, ao mesmo tempo, *Temporo de Família* propõe uma constante negociação entre representações da *cozinha como culinária*, predominantes na produção, e sentidos de distinção comumente aglutinados em representações da *cozinha como gastronomia*. Em outras palavras, embora a produção busque conferir sentidos de “familiaridade”, “cotidianidade” e “domesticidade” ao fazer culinário, a cozinha representada não diz respeito a *qualquer* cozinha, assim como o programa não evoca *qualquer* cotidiano, *qualquer* família ou *qualquer* espaço doméstico. Afinal, Hilbert é um ícone de beleza e sucesso, os cenários do programa evocam cômodos confortáveis, espaçosos e bem decorados, e as receitas apresentadas frequentemente requerem ingredientes de custo elevado. A própria proposta da temporada, baseada no tema do reaproveitamento de ingredientes e objetos, propõe uma mobilização de sentidos de sustentabilidade que contribui para o distanciamento da produção de um regime de visibilidade da cozinha cotidiana pautado unicamente pela valorização de sentidos de “facilidade” e “praticidade”.

Em suma, as representações sociais da *cozinha como culinária* parecem ser “destrivializadas” a todo momento pela forma como o programa afirma suas marcas de distinção. A comida torna-se, portanto, elemento mediador de um estilo de vida jovem, despojado e pleno de tempo livre para que seus adeptos possam dedicar-se a atividades prazerosas e hobbies. Assim, *Temporo de Família* busca distinguir-se também da proposta utilitária dos programas culinários televisivos tradicionais, apresentando o ato de cozinhar como um objeto mais de *gosto* que de *necessidade*, e convocando, novamente aqui, um consumidor/espectador de elevado poder aquisitivo que tem na relação com a comida e com a cozinha parte importante de sua identidade.

### **A COZINHA DOS CHEFS COMO FONTE DE DISTINÇÃO EM QUE MARRAVILHA!**

Último programa culinário do universo de investigação deste trabalho, *Que Maravilha!*, estrelado pelo renomado chef Claude Troisgros (à frente também, na grade da mesma emissora, do *reality show Mestre do Sabor*), coloca em destaque a posição de saber ocupada pelo apresentador, o que contribui uma vez mais para a mobilização de sentidos de ruptura em relação a práticas cotidianas de cozinha. No ar desde 2010, o programa, que é descrito no site do GNT como uma “aula de cozinha”, teve sua última temporada completa exibida em 2020, com o mote “*Delivery*”.

O diálogo com o contexto da pandemia e a necessidade de isolamento social permeiam a proposta da temporada. Nela, Claude e seu assistente Batista preparam pratos inspirados em receitas “afetivas” de espectadores. É o que o apresentador explica no início do primeiro episódio:

*Sabe aquela receita tradicional da sua família? Ou aquele prato clássico dos encontros com os amigos? Nessa temporada, eles vão ser a minha inspiração para criar uma refeição muito especial e presentear pessoas que adoram se reunir em torno da mesa. O resultado vai ser uma surpresa. E a entrega também – porque eu mesmo vou levar a comida (Cordeiro Atolado, 2020, online, 1 seg.).*

A cada novo capítulo, Claude é “desafiado” a preparar uma receita caseira, familiar, retomando uma proposta narrativa já presente em outras fases do programa, como na temporada *Revanche*. Trata-se de uma estrutura que coloca em cena, em sua própria arquitetura, as diferenças

entre as representações sociais da *cozinha como culinária* e da *cozinha como gastronomia*, diferenças essas que justificam os “embates” entre chef e cozinheiros não profissionais. Se, por um lado, os pratos elaborados possuem valor afetivo impossível de ser reproduzido (daí o desafio), por outro, Claude e Batista imprimem marcas autorais nas releituras que fazem das receitas.

Nesses termos, a representação social da *cozinha como gastronomia* aparece no programa de forma não pouco estereotipada, a começar pela referência, feita em seu título, à pronúncia “afrancesada” da palavra “maravilha”. Ao mesmo tempo, essa representação aglutina sentidos de “sofisticação”, “expertise” e “alta performance” a partir das receitas desenvolvidas pelo chef-apresentador. Quanto à representação social da *cozinha como culinária*, essa aparece na produção a partir de sentidos de partilha e afetividade associados ao âmbito doméstico e familiar, comparecendo sobretudo nos momentos em que a família ou o grupo de amigos que desafia Claude fala sobre sua relação com a comida, elemento em torno do qual se constroem laços de amor e solidariedade.

Já no primeiro episódio é muito evidente a presença dessa representação da *cozinha como culinária*, a qual é reiterada ao longo de toda a temporada, como evidencia o seguinte diálogo entre Claude e Batista: “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” / “Da mamãe é difícil, né?”.

Nas falas acima transcritas, a principal qualidade da cozinha não profissional é relacionada justamente ao seu valor afetivo; isto é, à capacidade da comida de representar ou valer pelo afeto que aqueles que cozinham nutrem pela própria comida e/ou por aqueles para quem se cozinha. O chef reconhece a dificuldade de fazer pratos “iguais” aos dos espectadores, afirmando que procurará fazer algo “parecido” e destacando o talento inato de quem “sabe temperar”. Em seguida, faz releituras originais, como quando transforma a vaca atolada do primeiro episódio (tradicionalmente feita com costela bovina) em “cordeiro atolado”, feito com aipim e banana-da-terra. Note-se, nesse caso, o sentido de distinção produzido pela troca de ingredientes, já que a carne de cordeiro, em comparação à carne bovina, é concebida como item menos trivial e mais sofisticado, sendo comumente reservada, na mesa do brasileiro, a ocasiões especiais.

Em outras palavras, o chef procura apresentar suas recriações como soluções “alternativas”, já que não poderia ser bem-sucedido em uma elaboração fiel das receitas de valor afetivo (“quem sou eu para fazer a vaca atolada da Dona Cida?”, indaga Claude), ao mesmo tempo em que imprime sentidos de distinção, refinamento e autoria às receitas. Nessa negociação entre representações da *cozinha como culinária* e representações da *cozinha como gastronomia*, o/a espectador/a é posicionado/a a partir da perspectiva não especializada dos não chefs e, ao mesmo tempo, é convocado/a a adentrar a cozinha de Claude, testemunhando sua performance como observador/a privilegiado/a. Dessa forma, *Que Maravilha!* convoca o/a espectador/a à fruição de uma experiência gastronômica singular, que se apresenta como prazerosa pela mediação tanto do gosto (sabor, paladar) quanto do gosto (juízo estético) da comida.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se, ao longo do trabalho, evidenciar como o exame de programas culinários do canal GNT lança luz sobre modos específicos de articulação e negociação entre representações sociais da *cozinha como culinária* e da *cozinha como gastronomia* na televisão brasileira.

Mais especificamente, os modos como as produções examinadas articulam sentidos de *cozinha como culinária* e de *cozinha como gastronomia* sugerem a constante negociação entre essas duas representações não apenas no interior dos programas, mas também como estratégia de construção da grade da emissora. Essa estratégia parece prestar-se tanto à impressão de efeitos de sentido de diversidade à programação culinária da emissora quanto à diferenciação em relação aos tradicionais programas televisivos, de caráter predominantemente instrucional.

Ainda, essas representações da cozinha, embora identificadas a partir do exame de programas específicos, parecem evidenciar a existência de *representações socialmente compartilhadas*; isto é, *representações sociais* (Moscovici, 2015) da cozinha que se mostram recorrentes na cultura audiovisual e, em especial, na produção televisiva contemporânea. Além de aparecerem na grade do GNT, essas representações da cozinha mostram-se decisivas, por exemplo, em *reality shows* de competição culinária, nos quais predominam sentidos de distinção, refinamento e alta performance próprios de uma representação da *cozinha como gastronomia*, muito embora seja possível identificar casos de produções em que representações de *cozinha como culinária* adquirem posição destacada (Rezende; Lavinas, 2017).

Procurou-se observar também como as produções examinadas interpelam um consumidor de elevado poder aquisitivo que tem na comida e na cozinha expressões importantes de seu estilo de vida. Em especial, importa sublinhar que as negociações entre diferentes regimes representacionais da cozinha possuem um papel importante para o estabelecimento de convocações ao consumo nos/pelos programas, entendidas enquanto processos pelos quais dispositivos midiáticos dão forma a demandas latentes, interpellando os/as espectadores/as a ocuparem papéis discursivos ligados a projetos de "bem-viver" (Prado, 2013). No caso dos programas analisados, demandas latentes parecem ser formatadas pela convocação ao consumo de sentidos de *distinção e refinamento* (*Que Maravilha! – Delivery*); de *afetividade e sustentabilidade* (*Tempero de Família – Não Joga Fora!*) e de *saudabilidade e bem-estar* (*Cozinha Prática*).

Finalmente, em relação à proposição de uma agenda futura de pesquisa a partir dos desdobramentos da investigação apresentada, considera-se fundamental o aprofundamento da compreensão quanto às relações entre representações sociais da cozinha, negociações e consumo em programas culinários televisivos. Em especial, considera-se necessária a discussão de operadores analíticos capazes de possibilitar a identificação, na materialidade discursiva dos programas analisados, dos mecanismos pelos quais o/a espectador/a é interpellado/a em sua força de seguidor/a de valores de consumo. Da mesma forma, a discussão sobre representações sociais da cozinha pode ser ampliada de modo a abarcar outras produções audiovisuais relacionadas ao universo da comida, proposta que ganharia fôlego pelo exame comparativo de produtos destinados a diferentes suportes midiáticos.

## REFERÊNCIAS

- Bakhtin, M. *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Editora 34, 2016.
- Bueno, C. Febre Culinária. *Ciência e Cultura*, v. 68, n. 1, p. 63-65, 2016.
- Canal Sabor & Arte estreia em 28 de junho com time de elite. *Band Receitas*, 25 jun. 2021. Disponível em: <https://receitas.band.uol.com.br/noticias/canal-sabor-&-arte-estreia-em-28-de-junho-com-time-de-elite-16356283>. Acesso em: 13 set. 2022.
- Charaudeau, P. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2010.

Cordeiro atolado. Direção: Ric Ostrower, Isabella Ponce de Leon. In: *Que Maravilha!*: Delivery. [S.l.]: Globoplay, 2020. 27 min. Acesso em: 20 set. 2023.

Feltrin, R. Exclusivo: Ranking mostra canais pagos que a elite brasileira vê. *Uol, Splash*, 02 jul. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/oops/2020/07/02/exclusivos-qualis-os-canais-pagos-preferidos-pelos-mais-ricos-no-brasil.htm>. Acesso em: 30 out. 2021.

Fogão e nhoque. Direção: Tatiana de Lamare, Edu Cama, Pablo Hoffman, Gigi Soares. In: *Tempero de Família: Não joga fora*. [S.l.]: Globoplay, 2021. 23 min. Acesso em: 20 set. 2023.

Fontenelle, I. A. *Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2017.

Frango. Direção: Sheila Komura. In: *Cozinha Prática com Rita Lobo*. [S.l.]: Globoplay, 2021. 25 min. Acesso em: 20 set. 2023.

GNT inova com interatividade na vigésima temporada do programa de Rita Lobo. *Caras*, 2 mar. 2021. Disponível em: <https://caras.uol.com.br/tv/gnt-inova-com-interatividade-na-vigesima-temporada-do-programa-de-rita-lobo.phtml>. Acesso em: 13 set. 2022.

Hargreaves, P. Rita Lobo: "Explicar o que é comida de verdade é revolucionário". *Claudia, Famosos*, São Paulo, 30 jun. 2017. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/famosos/rita-lobo-explicar-o-que-e-comida-de-verdade-e-revolucionario/>. Acesso em: 13 set. 2022.

Jost, F. Extensão do domínio da televisão à era digital. *MATRIZES*, v. 13, n. 2, p. 61-74, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matriz/es/article/view/161832>. Acesso em: 13 set. 2022.

Lobo, R. A nova marca do Panelinha. *Panelinha*, Blog da Rita Lobo, 8 jun. 2021. Disponível em: <https://www.panelinha.com.br/blog/ritalobo/nova-marca-panelinha>. Acesso em: 13 set. 2022.

Malta, C. Grade de Culinária na TV aumenta 38%. *Observatório da Imprensa, TV em Questão*, 9 set. 2014. Disponível em: [https://www.observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/\\_ed815\\_grade\\_de\\_culinaria\\_na\\_tv\\_aumenta\\_38/](https://www.observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/_ed815_grade_de_culinaria_na_tv_aumenta_38/). Acesso em: 13 set. 2022.

Mestre do Sabor chega ao fim sendo o reality culinário de maior audiência da TV. *NaTelinha*, 26 dez. 2019. Televisão. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2019/12/26/mestre-do-sabor-chega-ao-fim-sendo-o-reality-culinario-de-maior-audiencia-da-tv-138743.php>. Acesso em: 13 set. 2022.

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*, ano IX, n. 15, 2016, p. 136-150. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/29367>. Acesso em: 13 set. 2022.

Padiglione, C. Com 47 programas, culinária somou 17% ao caixa da TV no 1º semestre do ano. *TELEPADI*, 21 ago. 2017. Disponível em: <https://telepadi.folha.uol.com.br/com-interesse-crescente-entre-homens-culinaria-rendeu-r-839-milhoes-tv-no-1o-semester/>. Acesso em: 13 set. 2022.

Prado, J. L. A. *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: Educ/Fapesp, 2013.

Rezende, R.; Lavinias, 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, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21240/11550>. Acesso em: 7 set. 2022.

Rodrigo Hilbert relembra perda do pai e sogro: "Aprendizado". *NaTelinha*, 30 nov. 2020. Famosos. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/famosos/2020/11/30/rodrigo-hilbert-relembra-perda-do-pai-e-sogro-aprendizado-154995.php>. Acesso em: 13 set. 2022.

Staut, A. Chef TV estreia com 24 horas de programação voltada à gastronomia. *UOL*, Comidas e Bebidas, 16 jan. 2011. Disponível em: <https://www.uol.com.br/comidasebebidas/noticias/redacao/2011/01/16/chef-tv-estreia-com-24-horas-de-programacao-voltada-a-gastronomia.htm>. Acesso em: 13 set. 2022.

Stycer, M. Seis motivos que explicam o sucesso das competições de culinária na TV. *UOL*, TV e Famosos, 20 out. 2019. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2019/10/20/seis-motivos-que-explicam-o-sucesso-das-competicoes-de-culinaria-na-tv/>. Acesso em: 13 set. 2022.