

GASTRONOMIA

Prato do dia do jornalismo cultural

Renata Maria do Amaral

Gastronomia:

prato do dia do jornalismo cultural

Renata Maria do Amaral

Gastronomia:
prato do dia do jornalismo cultural

Editora
Universitária  UFPE

Recife, 2012

COLEÇÃO NOVOS TALENTOS

É com grande satisfação que a Editora Universitária (EdUFPE) e as Pró-Reitorias para Assuntos Acadêmicos (Proacad) e de Gestão de Pessoas e Qualidade de Vida (Progepe) apresentam ao mercado editorial a *Coleção Novos Talentos*. Trata-se de mais uma iniciativa da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) pela democratização do acesso ao conhecimento, desta feita por meio do incentivo à publicação de obras inéditas, produzidas por seus servidores técnico-administrativos e estudantes em nível de graduação.

O nome escolhido não poderia ser outro, pois, como indica, há, entre graduandos e quadro funcional da universidade, novos talentos à espera de uma oportunidade editorial. Em 2012, lançamos o edital de inscrição de propostas e, na primeira fase de publicação, vêm a lume nada menos que 17 títulos, cobrindo diferentes áreas de conhecimento, como literatura, música, teatro, pedagogia, gastronomia, administração pública e tecnologia. A diversidade de temas e o bom número de aprovações demonstram que a UFPE acertou ao perceber a necessidade de uma nova linha editorial para setores tão importantes da comunidade universitária, ampliando, assim, o compromisso de democratização editorial, que já contava com outras séries como *Teses e Dissertações* e *Livro-Texto*.

Outros editais da *Coleção Novos Talentos* virão. Outros estudantes e técnico-administrativos serão incentivados a transformar em livros suas habilidades para a produção do conhecimento. E, assim, essas duas partes vitais da nossa comunidade universitária colaborarão ainda mais com a missão social da UFPE em ser uma fonte de soluções para a melhoria da sociedade.

Maria José de Matos Luna
Diretora da EdUFPE

Para Eduardo.

People ask me: Why do you write about food, and eating and drinking? Why don't you write about the struggle for power and security, and about love, the way others do?

They ask it accusingly, as if I were somehow gross, unfaithful to the honor of my craft.

The easiest answer is to say that, like most other humans, I am hungry. But there's more than that. It seems to me that our three basic needs, for food and security and love, are so mixed and mingled and entwined that we cannot straightly think of one without the others. So it happens that when I write of hunger, I am really writing about love and the hunger for it, and warmth and the love of it and the hunger for it... and then the warmth and richness and fine reality of hunger satisfied... and it is all one. (...)

There is a communion of more than our bodies when bread is broken and wine drunk. And that is my answer, when people ask me: Why do you write about hunger, and not wars or love?

(M. F. K. Fisher, na abertura de The Gastronomical Me)

As pessoas me perguntam: Por que você escreve sobre comida, e comer e beber? Por que você não escreve sobre a luta por poder e segurança, e sobre amor, como os outros fazem?

Eles perguntam isso me acusando, como se eu fosse, de alguma forma, inaceitável, infiel à honra do meu ofício.

A resposta mais fácil é dizer que, como a maioria dos outros humanos, eu tenho fome. Mas há mais que isso. Parece-me que nossas três necessidades básicas, de comida, segurança e amor, são tão misturadas e combinadas e intrincadas que não podemos verdadeiramente pensar em uma sem as outras. Então acontece que quando eu escrevo sobre fome, eu realmente escrevo sobre amor e fome por ele, e felicidade e o amor por ela e a fome por ela... e quando escrevo sobre a felicidade e a saciedade e a realidade da fome satisfeita... e tudo é uma coisa só. (...)

Há uma comunhão que vai além dos nossos corpos quando o pão é repartido e o vinho bebido. E essa é minha resposta, quando as pessoas me perguntam: Por que você escreve sobre fome, e não sobre guerras ou amor?

(Tradução livre da autora)

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Cristina Teixeira, por confiar em mim, pela sintonia, pelos encontros em que saíamos com tudo resolvido e pela amizade.

Às professoras Isaltina Gomes e Marianne Cavalcante, pelas preciosas – e precisas, com o perdão do trocadilho – dicas na banca de qualificação.

Aos entrevistados Bettina Orrico, Cássio Starling Carlos, Cristiana Menichelli, Gisela Tognella, Josimar Melo, Marcio Alemão, Nina Horta e Thiago Minami, pelos depoimentos que ajudaram a enriquecer este trabalho.

Aos amigos Carla Verçosa, Catarina Yamamoto, Cristina Huggins, Fábio Samico, Renata Pimentel e Schneider Carpeggiani, pela força e paciência.

À amiga Daiany Dantas, o maior presente que o mestrado me deu.

Ao amigo Conrado Falbo, cuja dedicação e presteza em ajudar na coleta das revistas Carta Capital não custou mais que uma fornada de pães de mel.

À minha irmã Carol e ao amigo Victor Medeiros, pela ajuda na impressão das cópias da dissertação e pelo encorajamento.

Aos meus pais Fernando e Helena, por tudo.

PREFÁCIO

Toda apresentação coloca um problema para quem escreve: como ressaltar tudo o que existe de positivo na obra e, ao mesmo tempo, não parecer que há exagero nos elogios? Afora este dilema inicial, há um segundo: como não deixar a amizade e admiração que se tem pelo autor influenciar aquilo que se diz sem que o escrito se torne algo frio, distante e impessoal?

Estas são as dificuldades que tive de enfrentar para redigir esta apresentação, pois são muitas as qualidades acadêmicas deste livro e maior ainda o afeto que tenho pela autora. Mas comecemos pelos comentários sobre o texto.

Escrito em linguagem clara e acessível, este volume vem suprir uma falta na área dos estudos em Comunicação: a das pesquisas voltadas para o campo do jornalismo gastronômico. Não é de agora que a gastronomia vem se deslocando dos cadernos de cultura e suplementos de jornais para ocupar lugar exclusivo no mercado editorial, mas há pouca coisa publicada sobre esse acontecimento.

O trabalho de Renata foi pioneiro na caracterização deste tipo de jornalismo ao descrever como funcionam crítica e crônica neste espaço. Ainda hoje, ele se mantém como um dos raros textos que abordam tal assunto. Não é a toa que estudantes de todo o país interessados no tema escrevem frequentemente para Renata solicitando o envio de uma cópia de sua dissertação de mestrado.

Com a publicação deste livro, estudantes, profissionais de jornalismo e curiosos têm em mãos um material valioso para entender como o jornalismo de gastronomia funciona do ponto de vista textual e discursivo. Para tanto, a autora se apoia em estudos sobre a linguagem, com destaque para a discussão em torno dos gêneros textuais, da narrativa, e de fenômenos como a interatividade, a intertextualidade, a ironia e a metáfora. Este aparato teórico permitiu uma reflexão consistente sobre a crítica e a crônica que circulam nas páginas de jornais e revistas dedicadas à gastronomia.

Por fim, resta-me acentuar o carinho que tenho por Renatinha. São anos de convivência em que o nosso “prato do dia”, aquilo que nos nutre e alimenta, é uma relação de afeto, bem-querer e amizade. Esses ingredientes só poderiam nos proporcionar momentos de sorrisos largos. E assim tem sido desde 1998 até hoje. Não só em sala de aula, mas especialmente em meio às mesas de nossas casas, restaurantes, bares e bistrôs, fomos construindo nossos saberes e sabores. E o que vocês, leitores, têm em mãos agora é fruto deste exercício do saber recheado com muito sabor. Aproveitem!

Cristina Teixeira

APRESENTAÇÃO

Dar início a um mapeamento do jornalismo gastronômico, inserido no contexto do jornalismo cultural brasileiro contemporâneo. Esse é o objetivo deste livro, fruto de uma pesquisa de mestrado realizada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPG-COM-UFPE), sob orientação da professora Cristina Teixeira Vieira de Melo.

O panorama aqui traçado se detém nos gêneros jornalísticos opinativos crítica e crônica, por serem bastante frequentes no jornalismo cultural. Não seria possível analisar os textos sem antes realizar um estudo sobre os aspectos socioculturais da gastronomia, que justificam sua inclusão nos cadernos de cultura. Falar de cozinha não pode passar ao largo, como pode parecer óbvio, de falar de gosto.

Meu interesse pelo tema vem de bem cedo, instigado desde a infância pelos quitutes de dona Helena. Em uma época que a internet ainda engatinhava, eu e minha colega do curso de jornalismo Vanessa Lins criamos o primeiro site de jornalismo gastronômico de Pernambuco, o QuintoPecado, em 2001. O trabalho de conclusão de curso ficou no ar por mais quatro anos, com atualizações frequentes.

A prática, porém, não foi suficiente para satisfazer a gula por conhecer melhor o que estava acontecendo. Não é exagero usar a palavra “fenômeno” – e, de lá para cá, a presença da gastronomia no jornalismo cresceu de forma ainda mais significativa. No entanto, não havia bibliografia alguma para quem quisesse saber mais sobre o tema na comunicação, área que esta publicação procura abarcar.

“É curioso que atividade tão importante como a obtenção, preparação e ingestão de alimentos tenha sido objeto de tal omissão”, diz Ariovaldo Franco, citado adiante, ao mencionar a ausência da comida em boa parte dos estudos históricos. Se o jornalismo descobriu a gastronomia, falta agora a academia

voltar seu olhar crítico para o que vem sendo praticado na imprensa sobre o tema.

A explosão do assunto nos meios de comunicação não tem sido acompanhada pela universidade. Acredito que este seja o primeiro livro sobre o assunto no Brasil e espero que abra caminho para outras publicações na área. Também ambiciono que ele vá parar nas estantes de alguns estudantes de jornalismo – vez por outra, recebo e-mails pedindo dicas sobre como fazer pesquisas sobre o tema.

Desde a defesa da dissertação, em 2006, a grande novidade é que o jornalismo de gastronomia está ocupando espaços próprios, em editorias exclusivas, e desvincilhando-se dos cadernos de cultura, mas sem modificar suas características. Gêneros como as críticas e as crônicas estudados aqui continuam firmes e fortes, mas vêm ganhando a companhia de outros, como as reportagens, por exemplo.

O crescimento do jornalismo gastronômico desde o início do milênio é impossível de não ser percebido. Em Pernambuco, basta dizer que nenhum dos três grandes jornais (Jornal do Commercio, Diário de Pernambuco e Folha de Pernambuco) contava com um caderno semanal inteiro sobre o tema em 2006 – e agora todos apresentam suplementos dedicados exclusivamente à gastronomia.

No Brasil, o surgimento do assunto nos jornais impressos em suplementos exclusivos também é recente. Considerado referência no tema, o Paladar surgiu em O Estado de S. Paulo somente em setembro de 2005, com oito páginas. Já a Folha de S. Paulo relançou o caderno Comida, que havia circulado entre 1988 e 1992, somente em maio de 2011.

Os veículos citados neste livro e que compõem nosso objeto de pesquisa, por sua vez, sofreram algumas mudanças. A revista Gula, então produzida pela Editora Peixes, passou um tempo fora de circulação, mas depois voltou ao mercado pela Editora Preta. A seção Gula Indica Restaurantes, explorada em nossa análise, continua existindo. Toda a equipe da publicação foi modificada.

A revista Claudia Cozinha, cuja seção de crônicas Pé na Cozinha analisamos, não é mais encartada na Claudia e virou uma seção chamada Comida e Bebida, com mais de 20 páginas. A cronista Nina Horta, porém, não escreve

mais por lá. A autora continua colaborando com a Folha de S.Paulo, onde começou a mostrar seu lado cronista – ela também é dona de bufê – em 1987.

A coluna de crônicas Refogado, do publicitário Marcio Alemão, segue marcando presença na revista semanal Carta Capital. A linha continua a mesma que observamos na pesquisa, sempre usando bastante humor e ironia nos textos. É o único semanário brasileiro de informação geral que conta com uma coluna fixa sobre gastronomia.

A seção Mundo Gourmet, do jornal Folha de S.Paulo, saiu do caderno de cultura Ilustrada e agora faz parte do suplemento semanal Comida, sob o nome de Crítica. O teor é o mesmo e o crítico Josimar Melo continua sendo o titular da página. Durante a realização da dissertação, eu me surpreendi que a seção de gastronomia havia passado de meia página para duas. Agora, são nada menos que seis!

No momento de publicação deste livro, podemos afirmar que o jornalismo gastronômico brasileiro passa por um momento de consolidação. Os aspectos que observamos nesta obra foram se sedimentando e a gastronomia, agora, já faz parte da gama de assuntos que merece abordagem jornalística e cultural. Isso não está mais em discussão. Tentamos aqui dar conta de como isso se concretizou.

Bom apetite!

Renata do Amaral

INTRODUÇÃO

O jornalismo gastronômico é um dos temas do jornalismo cultural que mais vem crescendo no Brasil, juntamente com a importância da própria gastronomia. O assunto deixou de ser periférico para se tornar comum em jornais e revistas. Em vez de frequentar apenas as seções de receitas das publicações femininas, como antigamente, a gastronomia agora figura como assunto recorrente em publicações de todos os tipos, voltadas para públicos variados. Nosso objetivo principal é iniciar o mapeamento do jornalismo gastronômico no contexto do jornalismo cultural brasileiro contemporâneo. Partimos da observação de que a crescente importância desse tema na imprensa constitui um fenômeno que se dá paralelamente a uma valorização do assunto na sociedade em geral*.

Inicialmente, a metodologia utilizada para a realização deste trabalho se centrou, por um lado, na revisão bibliográfica sobre os aspectos socioculturais da gastronomia e, por outro, numa retomada das discussões acerca dos gêneros jornalísticos. Optamos por centrar a análise nos gêneros crítica e crônica, por serem bastante presentes no jornalismo cultural.

Em seguida, demos início à coleta de dados. No projeto de pesquisa, havíamos decidido focar a observação no jornal Folha de S.Paulo e nas revistas Claudia Cozinha e Gula. No decorrer do estudo, no entanto, deparamos com uma seção fixa de crônicas publicada semanalmente na revista Carta Capital e decidimos incluí-la na análise.

* Em Pernambuco, exemplificamos essa tendência à valorização da gastronomia com a grande procura pelo curso de Bacharelado em Gastronomia e Segurança Alimentar da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), que, em 2004, seu primeiro ano, foi o mais concorrido das universidades federais pernambucanas, desbancando opções tradicionais como Direito e Medicina. Houve 31,83 candidatos disputando cada vaga disponível. Desde então, diversas instituições particulares de ensino no Recife também perceberam que se trata de um filão de mercado interessante e abriram novos cursos de graduação na área.

Coletamos todo o material publicado durante o ano de 2004 nas seções Gula Indica Restaurantes (Revista Gula), Mundo Gourmet (Folha de S.Paulo), Pé na Cozinha (Claudia Cozinha) e Refogado (Carta Capital), num total de 145 textos, conforme a tabela abaixo:

Veículo	Seção	Gênero	Número de textos
Gula	Gula Indica Restaurantes	Crítica	35
Folha de S. Paulo	Mundo Gourmet	Crítica	53
Claudia Cozinha	Pé na Cozinha	Crônica	6
Carta Capital	Refogado	Crônica	51

Realizamos entrevistas, por correio eletrônico, com críticos, cronistas e editores dos veículos, para melhor detalhar o histórico de cada um. Isso ajudou a suprir a falta de bibliografia sobre os veículos estudados, em especial a Gula e a Carta Capital.

Como nossa intenção é dar início à exploração sobre o tema, optamos por selecionar publicações bem diversas para análise. Duas delas são revistas especializadas no assunto: enquanto a Gula tem um perfil refinado, a Claudia Cozinha apresenta matérias e receitas mais cotidianas – mas vale ressaltar que, na época da realização deste estudo, o direcionamento estava mudando e a revista procurava se adequar para atender também ao público *gourmet*.

Os outros dois objetos do corpus não tratam somente de gastronomia – pelo contrário, são veículos de temática ampla que discorrem sobre o tema na seção cultural. O jornal Folha de S.Paulo vem aumentando o espaço dedicado ao assunto em suas páginas: durante nossa exploração, a seção dedicada ao tema quadruplicou de tamanho. Já a revista Carta Capital apresenta uma coluna fixa de crônicas sobre gastronomia, nas quais o autor aborda assuntos variados a cada semana.

Um ponto essencial deve ser frisado: o critério que utilizamos para escolher os dois veículos cujas críticas analisamos aqui – o jornal Folha de S.Paulo e a revista Gula – foi a garantia do anonimato dos jornalistas. Em ambas as empresas, os críticos frequentam os restaurantes avaliados sem se identificar e pagam sua conta, como qualquer cliente.

Essa atitude pode parecer um detalhe insignificante, mas na verdade garante liberdade ao crítico e a certeza de que não será tratado de forma diferenciada por estar avaliando o estabelecimento. O Novo Manual da Redação (1992) é claro ao defender a importância de tal procedimento na hora das visitas nos seguintes verbetes:

Convite – Em muitos casos, a presença de um jornalista pode alterar a rotina de funcionamento de um determinado serviço ou evento. Ao testar os serviços de um restaurante, por exemplo, é conveniente que o repórter permaneça no anonimato e pague sua conta. De outro modo, sua avaliação poderia ficar comprometida por um atendimento especial ao qual seu leitor não teria acesso. (p. 15-16).

Anonimato – Trabalhe no anonimato apenas quando for imprescindível para o bom desempenho de suas funções. O anonimato é importante, por exemplo, para testar serviços públicos ou particulares, como os de restaurantes. (p. 28).

É comum, em outros jornais e revistas, que os jornalistas visitem restaurantes após serem convidados, sendo inclusive recebidos pelos donos dos estabelecimentos ou pelos chefs de cozinha. Em geral, tais convites são intermediados por assessorias de imprensa, que ajudam a promover a imagem dos seus clientes. Alguns jornais chegam a publicar integralmente textos enviados pelas assessorias. Para esses casos, Santana (2005) expõe sua noção de “jornalista cordial”: com base na noção de “homem cordial” de Sérgio Buarque de Holanda, a autora cria tal definição para nomear jornalistas que preferem copiar *releases* em vez de cumprir sua função adequadamente. O jornalista cordial é definido da seguinte forma:

[...] uma “categoria” profissional que se caracteriza pelo não-cumprimento da função social de investigação e fiscalização, que opta por agradar a todos e evitar o conflito, esquivando-se de ir atrás das notícias onde elas realmente acontecem (na rua) e contentando-se em atuar como mero copiador de *releases*. (p. 96).

Como exemplo, cita os cadernos de turismo patrocinados por empresas ou governos e os “brindes” – chamados de “jabás” no jargão jornalístico – em geral. A autora aprofunda a questão ao definir melhor essa cordialidade:

Entenda-se aqui por cordialidade não o sentido etimológico da palavra, mas sim esse amálgama de sensações e sentimentos que fazem o povo brasileiro ser reconhecido como “cordial” – uma cordialidade que pode até ser violenta, na medida em que parece ser apenas uma forma polida, epidérmica, de tratar os demais. Não se pode, nesse sentido, analisar o “homem cordial” como o homem que preza e respeita os outros, e sim como aquele que trata seus semelhantes com essa camada “cordial” de verniz social. [...]. O “jornalista cordial”, então, poderia ser definido como aquele profissional que, ao querer agradar a todos, acaba por não cumprir sua função social de investigador e responsável por levar informações de interesse dos cidadãos. (p. 75-76).

Lima (1985) considera fatores como a luta diária contra o relógio, o compromisso das empresas jornalísticas com anunciantes e até os salários defasados pagos aos jornalistas alguns dos motivos para tal conduta. Melo (2003) se posiciona contrariamente a esse tipo de crítica eticamente contestável:

A nossa resenha não dispõe daquela seriedade e profundidade características do jornalismo francês ou do norte-americano; desenvolve-se como um gênero que, apesar das exceções, alimenta-se na superfície dos produtos culturais analisados e torna-se presa fácil dos mecanismos aliciadores que fazem a promoção da indústria e dos seus protagonistas. (p. 180-181).

Depois de selecionadas as críticas e crônicas, partimos para a leitura do *corpus* e a escolha do arcabouço teórico. Todos os textos foram lidos atentamente em busca de seus aspectos recorrentes. Nossa aposta era que esses aspectos, por sua vez, seriam os indicadores das principais características dos gêneros crítica e crônica no campo da gastronomia.

Essa “decupagem” inicial resultou numa lista de seis categorias linguístico-discursivas que passaram a direcionar nosso olhar analítico sobre o *corpus* textual. Essas categorias são as seguintes: narrativa, titulação, interatividade,

intertextualidade, ironia e metáfora. Apenas por questões didáticas, dividimos tais categorias em dois níveis: um que chamamos de macro (narrativa e titulação) e outro de micro (interatividade, intertextualidade, ironia e metáfora). Para este estudo, as categorias do primeiro nível dizem respeito à estrutura geral do texto, ou seja, relacionam-se ao aspecto formal das críticas e crônicas. Já as do segundo nível referem-se mais diretamente a aspectos linguístico-discursivos que podem ser localizados e apontados no interior do texto e têm importância fundamental na construção de efeitos de sentido.

Como algumas das categorias supracitadas são estudadas preferencialmente pela Linguística Textual, outras pela Linguística Cognitiva, outras pela Pragmática ou Análise do Discurso, entre outras, decidimos não restringir o aparato teórico de análise a uma só corrente, optando por utilizar teorias que, a nosso ver, melhor serviriam para abordar o objeto de pesquisa. Vale salientar ainda que alguns fenômenos linguístico-discursivos abordados interessam a mais de uma disciplina, mas não são tratados da mesma forma no interior de cada uma dessas disciplinas. É o caso, por exemplo, da intertextualidade, que toma uma determinada forma na Linguística Textual e uma outra na Análise do Discurso. Apesar dessa diversidade teórica, acreditamos não ter incorrido no grave erro de utilizar as teorias sem perceber onde elas se aproximam e se distanciam.

Após a delimitação das categorias teóricas que orientam o nosso estudo, selecionamos, levando em consideração a divisão dos textos por gênero e por veículo, exemplos significativos para compor a análise de caráter mais detalhado. É importante frisar, mais uma vez, que utilizamos o critério da predominância, ou seja, a frequência com que as categorias aparecem em cada gênero e veículo, no intuito de apreender quais as características mais marcantes das críticas e crônicas e, assim, ter um mapeamento de como se configura o texto do jornalismo gastronômico.

O livro está estruturado em três capítulos. Observar de que maneira a gastronomia adquire importância no contexto sociocultural é o objetivo do capítulo 1. Para tanto, recorreremos à exploração de temas como a alimentação na História do Cotidiano; a função social da cozinha; a cozinha como cultura e identidade nacional; o prazer de comer e o surgimento do gosto; e a cozinha como arte.

No capítulo 2, tratamos dos gêneros opinativos no jornalismo gastronômico e das categorias teóricas de análise. Primeiramente, observamos de que maneira a gastronomia se encaixa no jornalismo cultural. Em seguida, abordamos a questão dos gêneros textuais, em especial aqueles característicos do domínio jornalístico. A ênfase recaiu nas discussões a respeito da crítica jornalística e da crônica como gênero localizado na interface entre a literatura e o jornalismo. Num segundo momento, discorreremos teoricamente sobre as categorias linguístico-discursivas que servem como parâmetro de análise, de nível macro (narrativa e titulação) e micro (interatividade, intertextualidade, ironia e metáfora).

Analisar as críticas e crônicas do *corpus* da pesquisa e delimitar suas características são os objetivos do capítulo 3. Conforme dissemos anteriormente, a análise foi efetuada por gênero e por veículo, para que conseguíssemos alcançar a identidade discursiva de cada publicação. Antes de efetuar o estudo dos textos propriamente ditos, realizamos uma discussão sobre cada um dos veículos, a partir da bibliografia consultada e das entrevistas com críticos, cronistas e editores.

Por fim, elencamos as considerações finais, que buscam traçar um panorama de como as crônicas e críticas analisadas se assemelham ou diferem, com base nas análises dos textos dos quatro veículos do *corpus*.

01

Sejam bem-vindos! – Aspectos socioculturais da gastronomia

De que maneira a gastronomia se constitui como prática sociocultural? Essa é a pergunta que este capítulo se propõe a responder. Observamos que as matérias, críticas e crônicas sobre essa temática se inserem nas seções culturais dos jornais e revistas. Então, indagamos: de que forma a gastronomia se define como prática cultural? Ou seja, como tal tema vai se sedimentando historicamente nas páginas dedicadas à cultura nos veículos de comunicação?

Para chegar às respostas de tais questionamentos, voltaremos ao surgimento da gastronomia e da crítica gastronômica a fim de localizar como o tema começa a ser socioculturalmente valorizado. Vamos passear pela História do Cotidiano e pela Sociologia da Alimentação, campos cada vez mais abordados dentro do estudo da vida privada, e trataremos das questões das identidades nacional e cultural e da cozinha como arte.

1.1. A ALIMENTAÇÃO NA HISTÓRIA DO COTIDIANO

A alimentação, como outras práticas da vida privada, é de tal forma deixada de lado pela História “oficial” que é possível se esquecer de que se trata de uma importante parcela da vida sociocultural dos povos. Enquanto se valoriza apenas o nível macro da História das nações – guerras e revoluções, conquistas e reinados, dominados e dominadores –, deixa-se de lado o dia a dia da vida das famílias comuns.

Essa História micro, no entanto, vem sendo redescoberta pelos historiadores e considerada tão preciosa quanto a História macro, à medida que revela características importantes das sociedades estudadas. Um marco nesse campo foi a coleção História da vida privada¹. Em cinco volumes cronologicamente ordenados, a coletânea de artigos revelou aspectos do cotidiano pela abordagem de temas como o casamento, a sexualidade, a família e a alimentação no mundo ocidental. No Brasil, historiadores realizaram trabalho semelhante nos quatro tomos da obra História da vida privada no Brasil², em que selecionaram artigos sobre temas que vão do racismo à introdução do hábito de escovar os dentes no país. Certeau (2002) mostra de que forma o estudo do cotidiano se imbrica à História:

O cotidiano é aquilo que nos é dado cada dia (ou que nos cabe em partilha), nos pressiona dia após dia, nos oprime [...], nos prende intimamente, a partir do interior. [...] É um mundo que amamos profundamente, memória olfativa, memória dos lugares da infância, memória do corpo, dos gestos da infância, dos prazeres. Talvez não seja inútil sublinhar a importância do domínio desta história “irracional”, ou desta “não-história”, como o

1 Para saber mais sobre a obra, ver:

ARIÈS, Philippe; CHARTIER, Roger (Org.). 1991. *História da Vida Privada, vol. 3: da Renascença ao Século das Luzes*. São Paulo: Companhia das Letras.

DUBY, Georges (Org.). 1990. *História da Vida Privada, vol. 2: da Europa feudal à Renascença*. São Paulo: Companhia das Letras.

PERROT, Michelle (Org.). 1991. *História da Vida Privada, vol. 4: da Revolução Francesa à Primeira Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras.

PROST, Antoine; VINCENT, Gérard (Org.). 1992. *História da Vida Privada, vol. 5: da Primeira Guerra a nossos dias*. São Paulo: Companhia das Letras.

VEYNE, Paul (Org.). 1990. *História da Vida Privada, vol. 1: do Império Romano ao ano mil*. São Paulo: Companhia das Letras.

2 Para saber mais sobre a obra, ver:

ALENCASTRO, Luiz Felipe (Org.). 1997. *História da Vida Privada no Brasil, vol. 2: Império: a corte e a modernidade nacional*. São Paulo: Companhia das Letras.

MELO E SOUZA, Laura de (Org.). 1997. *História da Vida Privada no Brasil, vol. 1: cotidiano e vida privada na América portuguesa*. São Paulo: Companhia das Letras.

SEVCENKO, Nicolau (Org.). 1998. *História da Vida Privada no Brasil, vol. 3: República: da Belle Époque à Era do Rádio*. São Paulo: Companhia das Letras.

SCHWARCZ, Lília Moritz (Org.). 1998. *História da Vida Privada no Brasil, vol. 4: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras.

diz ainda A. Dupront. O que interessa ao historiador do cotidiano é o Invisível. (p. 31).

Tornar visível o que se faz no dia a dia é o que fazem os historiadores da alimentação, tema comumente desprezado na maior parte das obras históricas. Em Pernambuco, Freyre (1997 [1939], p. 40) vai afirmar – exageradamente ou não – que “sem açúcar – seja do mais refinado ao mascavo, ao bruto ou de rapadura – não se compreende o homem do Nordeste”. A valorização sociológica e estética do doce nordestino – paralelamente ao nascimento da percepção da importância sociocultural da culinária nacional como um todo – data das décadas de 1920 e 1930, época do Movimento Regionalista. Freyre lembra do impacto da publicação do seu livro, sobre um tema tido como “menor”, e se considera realizando um verdadeiro ato de coragem, segundo ele próprio afirma na publicação. Certeau e Giard (2002), por sua vez, verificam que a cozinha aparece como ponto importante dessa História micro:

O espaço privado é aquela cidade ideal onde todos os passantes teriam rostos de amados, onde as ruas são familiares e seguras, onde a arquitetura interna pode ser modificada quase à vontade. [...] No centro desses sonhos, aparece muitas vezes a cozinha, aquele “compartimento quente” onde a família se reúne, teatro de operação das “artes de fazer” e da mais necessária entre elas, “a arte de nutrir”. (p. 207).

Franco (2001) também se ressentia da omissão da culinária pela História, pela Sociologia e pela Etnologia. Para o autor, o cotidiano parece estar tão presente e tão próximo dos olhos que se acaba tornando invisível ou óbvio demais para ser observado sob critérios analíticos:

A história culinária foi, quase sempre, ignorada pela maioria dos historiadores, sociólogos e etnólogos. É curioso que atividade tão importante como a obtenção, preparação e ingestão de alimentos tenha sido objeto de tal omissão. (...) No entanto, como nota Fernand Braudel, não é fácil perceber o imenso reino das coisas habituais. O rotineiro é, assim, “o grande ausente da história”. (p. 234).

É preciso observar que, na pesquisa específica do gosto alimentar de uma época, a reconstituição dos usos e costumes das classes abastadas é, se não privilegiada, ao menos facilitada. Por um motivo simples: a História da Gastronomia é revelada pelas fontes eruditas, que mais deixaram impressões escritas. No entanto, tais fontes têm como problema não apresentar a comida cotidiana dos povos, mas os banquetes da corte. Assim, a culinária se mostra mais como arte que como expressão de uma sociedade. Revel (1996) destaca, por isso, a importância de pesquisar tanto a cozinha erudita dos mestres como a cozinha popular.

A novela gastronômica escrita pelos séculos é movida pela batalha constante entre o Cordon Bleu e o cozinheiro pensante, batalha amorosa que, como em todos os bons romances de aventuras, após muitas desavenças, termina em núpcias. (p. 30).

Por isso, além dos tratados de receitas, o autor recomenda que se busquem indícios sobre a arte culinária de uma época em obras literárias, livros de memórias, romances, comédias, correspondências e relatos de viagem, sem o compromisso doutrinário dos mestres de cozinha. Trata-se de mais uma fonte para auxiliar nas descobertas desse tema ignorado por tanto tempo.

De Aristófanes a Zola, de Juvenal a Gogol, passando por Fielding ou Goldoni, a poesia, o romance e o teatro nos fornecem para cada sociedade um reflexo da sensibilidade gastronômica corrente, muito mais plausível por ser, na maioria das vezes, involuntário e marginal. (p. 19).

1.2. A FUNÇÃO SOCIAL DA COZINHA

Comer não significa apenas ingerir alimentos. Enquanto realizam suas refeições, os homens aproveitam para cumprir importantes funções sociais. À mesa, exercitam-se a convivência e a sociabilidade. Cascudo (1983, p. 44) resume em uma frase toda a relação do homem com a alimentação: “comer é um ato orgânico que a inteligência tornou social”. Afirmar ainda que:

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

Franco (2001) destaca a função social da refeição, afirmando que a comensalidade – que pode significar tanto a qualidade de comensal quanto a própria camaradagem à mesa – é um modo essencial de promoção da solidariedade e de reforço de laços grupais. Para o autor, “entre os que comem e bebem juntos há, em geral, vínculos de amizade e obrigações mútuas, pois a fraternidade e a afinidade são inerentes à comensalidade”. (p. 23).

Montanari (1998) cita Plutarco para dizer que não nos sentamos à mesa para comer, mas para comer juntos. O oposto também pode ser verdadeiro, pois à medida que algumas pessoas se sentam à mesa, outras são excluídas. “Lembremo-nos de que a mesa funciona não apenas como agente de agregação e de unidade, mas, também, de separação e de marginalização” (p. 109). Essa multiplicidade de funções da alimentação – de identidade ou de diferenciação, mas sempre de relação com o outro – se revela também em Fernández-Armesto (2004):

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

Os efeitos da docilidade na hora de se alimentar são comentados por Cascudo (1983), que elege a mesa como local ideal para promover entendimento. No âmbito político da sua época, o autor cita que todos os candidatos à presidência e vice-presidência da República – à exceção de Deodoro da Fonseca e Floriano Peixoto – foram selecionados após um banquete, em que explicavam sua plataforma de governo. Isso se explica pelo fato de que “quem come,

amansa” (p. 776). Verdadeira ou não essa tese, é inegável a relevância socializadora das refeições em decisões políticas ou reuniões empresariais.

Ao lado da função social, certos alimentos se revestem de forte carga simbólica. Revel (1996) exemplifica citando o caso de países em que se bebe bastante vinho, como a Itália – que, aliás, apresenta baixas taxas de alcoolismo –, onde a bebida está de tal forma imbricada ao cotidiano que a sua retirada afetaria severamente a vida daquele povo. Não se trata de usufruir os efeitos relaxantes ou estimulantes da bebida, mas de “beber socialmente”, tomando a expressão de forma literal:

O vinho está associado ao amor e à falta de amor; ele acompanha a alegria e a tristeza, o sucesso e o fracasso, preside à amizade, impregna profundamente a cultura do espírito, o comércio, a guerra e a paz, o repouso do trabalhador. Deixar de beber vinho, em certas civilizações, é quase ter que renunciar a qualquer atividade, a todo intercâmbio com os outros, renunciar até mesmo a pensar, e as implicações sociais, sentimentais e morais do vinho criam uma rede de hábitos que ultrapassa largamente a necessidade de álcool propriamente dita. (p. 102).

No extremo oposto, está o que Franco (2001, p. 231) chama de “MacDonaldisação”, processo caracterizado pelo fim da função social da refeição, que perde “elementos de ritual de comunicação e intercâmbio humano, transformando-se em mera operação de reabastecimento”. Fernández-Armesto (2004) vai ainda mais longe ao afirmar que as pessoas que optam por se alimentar em restaurantes de fast-food se tornam incivilizadas. Atribui ao microondas a morte da comida caseira e de seu caráter social, de reunião da família em torno da mesa nos horários predeterminados, compartilhando os prazeres da alimentação e da interação com o outro.

Resta explicitar a relação sempre presente entre alimentação e amor, sexo e afetividade, destacada por alguns autores. Defendendo que a mesa é um local de prazer, Giard (2002a) expõe como evidências concretas dessa interligação tanto os órgãos utilizados nas duas atividades (como a boca e a língua) quanto as funções realizadas em ambas (como lamber, tocar, salivar, saborear). Cascudo (1983) concorda com a necessidade das duas atividades, mas dá primazia à alimentação:

Toda a existência humana decorre do binômio Estômago e Sexo. A Fome e o Amor governam o mundo, afirmava Schiller. [...] O sexo pode ser adiado, transferido, sublimado noutras atividades absorventes e compensadoras. O estômago não. É dominador, imperioso, inadiável. [...] A Fome faz cessar o Amor, diziam os gregos. (p. 21).

1.3. A COZINHA COMO CULTURA E IDENTIDADE NACIONAL

Alimentação e cultura estão intimamente relacionadas. Lévi-Strauss considera a cozinha “uma linguagem na qual cada sociedade codifica mensagens que lhe permitem significar pelo menos uma parte do que ela é” (apud GIARD, 2002b, p. 246). O gosto, apesar de individual, como veremos adiante, é também cultural e socialmente condicionado. Alguns pratos colaboram para formar a ideia da identidade nacional, como é o caso da feijoada no Brasil.

Não é fácil se desfazer da influência sociocultural recebida desde o nascimento. Giard (2002a) observa que pessoas forçadas ao exílio, seja por situações políticas ou econômicas, continuam tendo a comida de seu lugar de origem como referência. Caso não possam comê-la diariamente, reservam-na para ocasiões festivas. Essa memória afetiva e cultural, portanto, não se apaga.

Para Cascudo (1983), o prato nacional é transmitido por tradição. Trata-se de um verdadeiro produto do gênio coletivo, sem autor determinado, mas fortemente arraigado. “Vem-se ao mundo chorando por ele, e quando se deixa a pátria, lá longe, antes de pai e mãe, é a primeira coisa que lembra” (p. 378).

A questão identitária é tão premente que se verifica a dificuldade com que as cozinhas se misturam. Cascudo (1983) lembra que a cozinha dos povos colonizadores foi incapaz de apagar a culinária preexistente dos povos dominados. Revel (1996, p. 205) é outro autor que concorda com essa posição: “Basta ler justamente os protestos de certos nobres e de certos burgueses contra os novos cozinheiros para perceber que a alimentação é certamente o domínio em que o homem está mais ligado a seus hábitos”.

O conservadorismo dos hábitos alimentares também é explorado por Franco (2001, p. 24), que afirma que “a humanidade é mais conservadora em matéria de cozinha do que em qualquer outro campo da cultura”. Fernández-

-Armesto (2004) considera que a cozinha não se transmite com facilidade de uma cultura para outra. Ao mesmo tempo em que determina a identidade, no caminho inverso, marca a diferença, o limite entre o eu e o outro. Nem o uso da força durante o imperialismo foi capaz de excluir a cozinha dos dominados, que pode ter sofrido influências e miscigenações, mas não desaparecimento puro e simples.

Carneiro (2003) considera que é em torno da alimentação que culturas diversas organizam tanto sua vida cotidiana quanto suas representações. Os hábitos alimentares se dão de forma consciente, por meio de preceitos e proibições religiosas e dietéticas, e também inconsciente, pela formação do gosto coletivo. Freyre (1997 [1939]) prioriza a questão cultural em relação à questão fisiológica ou biológica:

Será, entretanto, a expressão do paladar de uma sociedade ou de uma época, no tocante a doces, um fenômeno apenas fisiológico – aqui nos recordamos todos do clássico *La physiologie du goût* (A fisiologia do gosto) – ou, mais que fisiológico, social e cultural? A resposta sociológica é evidente: mais que fisiológico, o fenômeno é sociocultural [...] Pois a verdade parece ser realmente esta: a das nossas preferências de paladar serem condicionadas, nas suas expressões específicas, pelas sociedades a que pertencemos, pelas culturas de que participamos, pelas ecologias em que vivemos os anos decisivos da nossa existência. (p. 24-25).

Carneiro (2003) aborda a questão da identidade a partir da constituição dos Estados nacionais, momento que ele considera de construção ideológica essencial para integrar a nação. Por vezes, tal movimento nacionalista é tão forte que chega a sufocar qualquer particularidade regional. A importância da cozinha para a identidade de um país é destacada por Cascudo (1983) no seguinte trecho:

A desnacionalização da cozinha é para mim, talvez primeira que a dos sentimentos e das ideias, revelada pela vida pública, o primeiro avanço indicativo da derrocada dos povos. [...] A coesão étnica dum raça revela-se principalmente por três coisas: literatura, história e comédias; romances e poemas dando o caráter

lírico e afetivo, histórias dando o caráter heróico, finalmente os pratos nacionais dando o caráter físico – este último, como se sabe, impulsando os outros dois. (p. 376).

Hall (1997) explica que a cultura nacional atua como uma fonte de significados culturais, um foco de identificação e um sistema de representação. Nas chamadas comunidades imaginadas, há um desejo comum de compartilhar memórias do passado, viver em conjunto e perpetuar uma herança cultural. Castells (1999) completa o conceito de identidade configurando-o como a fonte de significado e experiência de um povo.

As receitas, inclusive, se encaixam na noção de patrimônio cultural imaterial, segundo designado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). Trata-se de um conjunto de conhecimentos, práticas e representações considerados por grupos como parte de sua herança cultural, transmitida de geração a geração para promover um senso de identidade e continuidade. Tradições orais, artes performáticas, práticas sociais, rituais e eventos festivos estão incluídos na lista desse tipo de patrimônio cultural, segundo convenção assinada na 32ª Sessão da Conferência Geral da Unesco, em 2003.

No Brasil, o acarajé foi certificado como patrimônio cultural imaterial pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). O Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial foi instituído pelo decreto 3.551/2000 para assegurar a continuidade histórica dos bens. O alimento foi inserido no Livro de Registro dos Saberes, “onde serão inscritos conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades” (BRASIL, 2000). Os itens são selecionados por sua relevância para “a memória, a identidade e a formação da sociedade brasileira”.

O acarajé, tradicional quitute baiano que consiste em bolos de feijão fradinho fritos em óleo de dendê com camarão seco e pimenta, foi o primeiro prato brasileiro a figurar no Livro de Registro dos Saberes como bem cultural de natureza imaterial. Em outras palavras, isso significa que o Ofício das Baianas de Acarajé – a venda em tabuleiros, a feitura da iguaria, a comercialização informal e até as roupas típicas da baiana, com turbantes e colares de contas coloridas – será incluído nos planos de salvaguarda do Iphan. Produzido

desde os tempos da escravidão, o prato tem papel importante na religião do candomblé.

Salvaguardar um Bem Cultural de Natureza Imaterial é apoiar sua continuidade de modo sustentável. É atuar no sentido da melhoria das condições sociais e materiais de transmissão e reprodução que possibilitam sua existência (IPHAN, 2005).

Os bens são inventariados e registrados para que o instituto defina formas de apoio que podem incluir ajuda financeira, organização comunitária e acesso às matérias-primas necessárias. A decisão de incluir o acarajé se deu em dezembro de 2004 e demonstra a importância que uma receita pode ter em determinadas culturas.

Giard (2002a, p. 232-233) observa um ponto interessante: as diferenças regionais podem surgir por necessidades locais – de ingredientes e técnicas, por exemplo –, mas muitas vezes se perpetuam por serem “alimentos culturalizados, escolhidos e preparados de acordo com leis de compatibilidade e regras de convivência próprias a cada área cultural”. Existe, então, todo um arcabouço de valores e regras que devem ser mais levados em consideração que a facilidade de se encontrar determinado produto em tal época – mesmo porque essa situação se modifica com a possibilidade de ter acesso à maior parte dos ingredientes durante todo o ano nas grandes cidades. Cultura e História regem a alimentação, como podemos ver em outro artigo da autora (GIARD, 2002b):

Toda prática alimentar depende em linha direta de uma rede de pulsões (de atração e de repulsa) quanto aos odores, cores e formas, também quanto aos tipos de consistência; esta geografia é tão fortemente culturalizada quanto as representações da saúde e da boa educação à mesa e, conseqüentemente, é também historicizada. (p. 251).

Cascudo (1983) analisa amplamente de que maneira a questão cultural influencia a alimentação. Para ele, a alimentação é a representação mesma do povo que a ingere e ajuda a detectar seu temperamento e suas formas de convívio. A história dos alimentos se mistura à das religiões no momento em que

engloba suas restrições e preceitos, da mitologia às religiões modernas (CARNEIRO, 2003). Os tabus religiosos podem determinar a alimentação, também segundo Cascudo:

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

Uma prova dessa interferência, para o autor, é justamente a diferença entre o trabalho de nutricionistas e etnógrafos. Se os primeiros se importam somente com a qualidade nutricional dos alimentos, os segundos baseiam seus estudos tanto nos modos de comer como nas recusas de comer – e buscam seus motivos, que podem ir da “impossibilidade da obtenção, repugnância motivada pelo tabu ou ato fisiológico instintivo” (p. 271).

A repugnância por certos alimentos é, dessa forma, mais cultural que instintiva. Se os chineses comem cachorros e os brasileiros se deliciam com tanajuras, não é por outro motivo que por influência sociocultural. O autor questiona se o conviva manterá a mesma impressão de que uma sopa está encantadora ao saber que se trata de caldo de carne de ratazana. Não é uma questão determinada pelo paladar, mas reprimida ou estimulada em certo local:

O que nos distancia dos alimentos nativos de povos longínquos é unicamente a nossa cultura. Não é o paladar, que pode aprovar, mas é o conceito secular que possuímos sobre as nossas iguarias e que as consagramos como indispensáveis e básicas. (p. 446-447).

Se por um lado a cultura nacional ou local influencia a escolha dos alimentos, por outro lado deve-se levar em consideração o que Fernández-Armesto (2004) chama de “efeito-do-estranho”, ou seja, uma inclinação natural, guiada pela curiosidade, à valorização do exótico. Tal atitude é fundamental para a circulação de ingredientes e receitas pelo planeta e ajuda a superar a reação negativa frente aos pratos originários de outras culturas. Giard (2002a, p. 232) se alinha a esse posicionamento de adesão ao exotismo: “Às vezes a necessi-

dade ou o contágio do exotismo levam a comer na casa dos outros o que jamais se comeria na própria casa, mas também há pessoas que preferiam morrer de fome a ingerir alimentos estranhos”.

1.4. O PRAZER DE COMER E O SURGIMENTO DO GOSTO

Não se pode falar em alimentação sem mencionar o prazer e a noção de gosto – afinal, é justamente nesse momento que surge o conceito de gastronomia. Considerado o pai da gastronomia e com pretensões de fundar uma ciência gastronômica, Brillat-Savarin (1995 [1826], p. 15) define-a como “um ato de nosso julgamento, pelo qual damos preferência às coisas que são agradáveis ao paladar em vez daquelas que não têm essa qualidade”. O hedonismo começa a ser valorizado e “os conhecimentos gastronômicos são necessários a todos os homens, pois tendem a aumentar a soma de prazer que lhes é destinada” (p. 59). Para justificar a ênfase dada ao prazer na mesa, o autor remete às virtudes pagãs da Antiguidade e silencia sobre a culpa cristã corrente na época.

No entanto, para Brillat-Savarin, qualquer exagero quantitativo em vez da fruição qualitativa dos alimentos deve ser criticado. Enquanto quem come com racionalidade e enfatiza suas preferências pessoais é valorizado, quem chega à indigestão ou à embriaguez não pode sequer ser considerado um gastrônomo, mas sim uma pessoa doente ou emocionalmente descontrolada:

Se a gastronomia se transforma em glotoneria, voracidade, devassidão, ela perde seu nome e suas vantagens, sai de nossa alçada e entra na do moralista, que a tratará com conselhos, ou na do médico, que a tratará com remédios. (p. 145).

Brillat-Savarin defende uma teoria bastante questionável sobre a figura do gastrônomo. Para ele, não basta querer ser gastrônomo: algumas pessoas simplesmente nasceriam predestinadas à gastronomia, outras não. Estatura média, olhos brilhantes, testa pequena, nariz curto, lábios carnudos e queixo arredondado seriam traços comuns aos gastrônomos, na avaliação do autor. Tais características externas sugeririam uma pessoa com órgãos mais delicados e maior capacidade de atenção para saborear os pratos que lhe são oferecidos.

A regra teria suas exceções, pois existiriam também gastrônomos não por fisiologia, mas por condição. À época de Brillat-Savarin (a primeira edição de sua obra data de 1826), os médicos, os religiosos e os homens de letras e de finanças eram presenteados com guloseimas sem fim. Impedidos de resistir a tais tentações, essas categorias profissionais acabariam por adentrar no campo da gastronomia justamente por causa desses presentes. É interessante notar que Brillat-Savarin confessa ter por objetivo fundar as bases teóricas da ciência da gastronomia, mas baseia suas hipóteses somente em observações específicas e pontuais.

Apesar de usar pequenas histórias como exemplificação, em forma de parábolas, Brillat-Savarin demonstra desejo de realizar trabalho sério e precursor. Segundo Franco (2001, p. 204), o autor fez sucesso em seu tempo, mas foi duramente criticado por grandes cozinheiros e personalidades: “muitos o consideravam um mero pedante. Carême dizia que Brillat-Savarin nunca soube comer e Baudelaire afirmava que sua idiotice era tão grande quanto sua própria fama”. O fato é que, críticas à parte, sua obra é até hoje citada como precursora dos estudos da gastronomia.

Retomemos a afirmação de Brillat-Savarin segundo a qual o gastrônomo é aquele que sabe escolher o que lhe convém comer. Ele possui a faculdade do bom gosto. Em outras palavras, a alimentação passa a ser objeto de análise em relação à quantidade de prazer que pode proporcionar. Flandrin (1991) questiona se a expressão “bom gosto” surgiu na alimentação e se estendeu ao domínio artístico e literário ou se aconteceu o oposto. O autor explica, em trabalho posterior (1998), que o conceito surgiu entre os séculos XVII e XVIII na França:

Para falar da aptidão para distinguir o belo do feio nas obras de arte, foi necessário recorrer a uma metáfora, e a única encontrada foi a do gosto alimentar. [...] O fato de tomar por empréstimo esse termo sugere que as pessoas de bem estavam preocupadas com o gosto do que comiam e não se privavam de discutir a seu respeito. (p. 684).

Independentemente da ordem cronológica, é clara a referência de Flandrin ao sentido do paladar tanto em outras áreas de crítica como da expressão na opinião pessoal:

O bom gosto é a primeira virtude social que, no âmbito da vida mundana, refere-se tanto à interioridade quanto à aparência dos indivíduos. A polidez ou a eloquência se relacionavam com o comportamento dos indivíduos diante de outrem. O gosto refere-se ao que os indivíduos são, ao que sentem em sua relação com as coisas. (p. 308).

Revel (1996) lembra que a palavra “gastrônomo” tem origem grega e surge no início do século XIX. Para ele, “o gastrônomo não é nem prisioneiro da tradição, nem impressionado pela novidade” (p. 177). Trata-se de uma nova atitude em relação à alimentação: a cozinha deixa de ser meramente coletiva para se tornar individual a partir dessa valorização do gosto, nesse

[...] reinado da opinião. O gastrônomo é simultaneamente curioso e desconfiado, investigador e medroso, ele explora com pusilanimidade. Busca as sensações novas e ao mesmo tempo as teme. Passa a metade do tempo a evocar as satisfações passadas e a outra metade a calcular com ceticismo as possibilidades vindouras. (p. 177).

Se Brillat-Savarin se diz fundador da gastronomia, a paternidade da crítica gastronômica cabe a Grimod de La Reynière. Ele criou a imprensa sobre alimentação e os guias críticos. Seu *Almanach des Gourmands* foi publicado de 1803 a 1812 e antecipou a angústia que os donos de restaurantes sentem até hoje em relação às visitas dos críticos do Guia Michelin³. Revel afirma que

3 Criado em 1900, o Guia Michelin é considerado até hoje o mais importante guia gastronômico europeu. De acordo com o site da empresa (www.michelin.com), a rotina de avaliação se baseia em quatro princípios desde seu lançamento: as visitas aos estabelecimentos são anônimas, a seleção de casas atende a todas as categorias de preço e conforto, o pagamento das contas garante a independência dos inspetores e existe atualização anual para assegurar a exatidão das informações.

O destaque, porém, vai para os restaurantes que recebem de uma a três estrelas por sua excelência. Para ser agraciado, é preciso contar com critérios como qualidade dos ingredientes, habilidade técnica dos cozinheiros, harmonia na combinação de sabores, criatividade, consistência da cozinha e relação entre preços e pratos. O conforto do ambiente é contado à parte e inclui equipamentos, móveis, serviço, limpeza e manutenção, pontos que não são levados em consideração para o recebimento das estrelas.

A empresa garante que visita todos os estabelecimentos do guia ao menos uma vez a cada 18 meses e que os restaurantes com estrelas recebem ainda mais visitas. Em entrevista exclusiva publicada na revista

Como todos os críticos gastronômicos, teve por função estimular a imaginação do público, constituir uma retórica culinária, criando nos espíritos aquela antecipação gustativa que, de simples alimento que era, faz de cada iguaria um discurso num prato. (p. 283).

Onfray (1999), por sua vez, detalha como nasce a crítica culinária em Paris:

Os almoços das quartas-feiras eram ocasião para praticar a degustação e fundar a crítica gastronômica moderna. Com efeito, o conteúdo dos pratos era o objetivo principal da reunião. Apreciavam, provavam e julgavam os pratos sugeridos por impetrantes que solicitavam o relatório do júri e sua inscrição num jornal especializado. A pena não era lacônica, não se fazia o relatório de maneira lapidar, e a escrita gastronômica surge bem-dizente: ela é técnica, lírica, porém precisa; é entusiasta e polêmica, mas rigorosa, pois o julgamento do gosto está presente na redação do texto. (p. 41).

Para boa parte dos parisienses, os críticos não passavam de aproveitadores dedicados à arte de comer sem precisar pagar nada. Para figurar no *Almanach des Gourmands*, os donos dos restaurantes não só ofereciam a refeição gratuitamente como pagavam uma taxa: “alguns viam nisso uma prática de penetras, mas de que modo pedir a Grimod que pagasse para ver? A crítica gastronômica moderna nasceu aí, nos últimos anos do Antigo Regime”. (p. 42).

O já citado Guia Michelin surgiu em 1900, quando o francês André Michelin decidiu usar os manuais de endereços como parte de sua publicidade de pneus, estimulando as pessoas a viajarem em busca de novas descobertas gas-

Gula de número 138, de abril de 2004, o diretor do guia, Derek Brown, explicou que há 70 inspetores trabalhando para a publicação no continente europeu, todos com experiência na área de gastronomia, hotelaria ou enologia. Desde 1900, foram vendidos 30 milhões de cópias do Michelin Guide France.

A credibilidade do guia, no entanto, foi posta em questão em 2004, quando o ex-inspetor Pascal Remy, que trabalhou para a publicação por 16 anos, publicou o livro *L'inspecteur se met à table* (O inspetor à mesa), em que denunciou que as práticas do Michelin não eram tão corretas assim. Segundo ele, haveria apenas cinco críticos para toda a França, razão pela qual algumas casas passariam até três anos sem serem visitadas e teriam seus dados simplesmente reproduzidos ano após ano.

tronômicas (FRANCO, 2001). Cada vez mais, os críticos começam a ser ouvidos e lidos:

As críticas e conselhos dos cronistas gastronômicos são acompanhados com grande interesse. Eles são, além de gourmets, teóricos e divulgadores de gosto em matéria culinária. Ao difundirem padrões de uma elite para outros estratos sociais, têm uma função democratizadora, ainda quando essa não é sua intenção. [...] Através do que divulgam *chefs*⁴ e cronistas gastronômicos, cresce o número de pessoas que fazem do alimento objeto de apreciação crítica. (p. 233).

Outra parte da literatura sobre gastronomia pode ser encontrada nas revistas femininas, direcionada às donas de casa. A imprensa feminina nasceu no século XIX na Inglaterra e na França, exerceu uma influência comparável à atual e deu à luz a figura do cronista gastronômico (REVEL, 1996).

Revel (1996, p. 144) destaca que o gosto não é apenas uma questão pessoal, mas também um “produto do tempo social, tanto em cozinha como em música ou em arquitetura”. Giard (2002b) faz coro a essa opinião ao afirmar que a história do gosto faz parte da História do Cotidiano, com todas as estruturas sociais e ideológicas incluídas. A autora destaca a dupla oralidade dos prazeres da boca – primeiro como prazer do paladar no momento da degustação, depois como prazer da fala na hora da descrição da refeição:

Todos os prazeres da boca são duplamente sujeitos às leis da oralidade: como absorção do alimento, prazer do paladar, e como suporte de uma atividade profusa de linguagem, prazer da fala, que descreve, nomeia, distingue, matiza, compara, irisa e desdobra. (p. 252).

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

1.5. A COZINHA COMO ARTE

“As belas-artes são em número de cinco, a saber: a pintura, a escultura, a poesia, a música, a arquitetura, a qual tem por ramo principal a *pâtisserie* (pastelaria)” (CARÊME apud REVEL, 1996, p. 95). A declaração do criador da cozinha moderna pode parecer hilária – porém, mais por incluir a pastelaria no ramo da arquitetura que por chamar a culinária de arte. A querela é antiga: cozinha é arte? Ou não? Ou apenas certas cozinhas?

A filósofa Chauí (2001, p. 14), que deixou seus estudos sobre Spinoza de lado durante um tempo para escrever um manual de cozinha para principiantes em parceria com sua mãe, defende que cozinhar é uma arte, ou seja, uma técnica que “pode ser ensinada e aprendida, possui instrumentos próprios para ser realizada e possui uma linguagem própria”. E pode uma arte durar apenas o tempo da sua própria fruição – ou melhor, degustação?

Se a efemeridade é um fator de questionamento sobre a possibilidade de se considerar a cozinha como arte, Onfray (1999) resolve a questão comparando a comida aos *happenings* e às performances. Duram pouco, sim, mas nem por isso deixam de ser objetos de arte. Cascudo (1983, p. 417) considera: “a Cozinha é [...] uma Arte Menor. [...] Suas obras-primas, mais efêmeras que as rosas, nem o espaço de uma manhã resistem na visão exterior dos apreciadores”. Para Onfray (1999),

A questão gastronômica é uma questão estética e filosófica. A cozinha relaciona-se com as belas-artes e com as práticas culturais das civilizações de todas as épocas. As cozinhas dos diversos períodos históricos representam-nos, tanto quanto as pinturas, as sonatas, as esculturas, as peças de teatro ou de arquitetura. E, se existem mestres e amadores, criadores de primeira classe e de segunda, inventores e seguidores, gênios e anões nas áreas da estética clássica, o mesmo se dá no terreno da cozinha. (p. 124).

É interessante destacar que, quando se fala de culinária como arte, está-se em geral falando dos *chefs de cuisine* e não das cozinheiras que preparam as refeições diárias para suas famílias, cotidianamente. Revel (1996) verifica que o sexismo se exprime até nesse local considerado originariamente feminino.

Enquanto as cozinhas domésticas são frequentadas pelas donas de casa, cabe aos homens a tarefa de pilotar os fogões dos grandes restaurantes. E ironiza: “De qualquer modo, e infelizmente, há mais falsos grandes cozinheiros que verdadeiramente boas cozinheiras” (p. 211). Giard (2002a) expressa a mesma opinião e coloca a prática da cozinheira no campo do cotidiano e a do chef, no âmbito da arte – não sem revelar, também, certa ironia:

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

A autora aponta uma curiosa diferença entre os pratos com nomes descritivos dados pelas donas de casa e os pomposos nomes das receitas dos *chefs*. Assim, a cozinha da vida privada não chega a ser batizada, ao passo que a culinária dos restaurantes se esconde sob nomes misteriosos impressos no menu, em idiomas estrangeiros ou em expressões repletas de termos obscuros.

Um ponto que deve ser levado em consideração é que se revezam, na História da Gastronomia, a valorização da tradição e a da invenção (REVEL, 1996). Nos momentos em que a criação é valorizada, os *chefs* chegam a ser considerados artistas, mas nem por isso deixam-se sofrer limitações, como nota Flandrin (1991, p. 298): “Não mais que os outros artistas do seu tempo, os cozinheiros não tinham meios de impor seus gostos às pessoas para as quais trabalhavam”. Se nos tempos da monarquia européia havia uma relação de mecenas entre os *chefs* e a corte, atualmente o cozinheiro precisa contar com a simpatia do público e dos críticos, conforme Cascudo (1983):

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

As questões estéticas, filosóficas e estilísticas da gastronomia são exploradas com propriedade por Onfray (1999). Cozinhar, mais que preparar alimentos, é “promover uma visão de mundo, enunciar discursos de maneira plástica e nutritiva, estética e alimentar” (p. 166-167). Para ele, a estimulação sensorial provocada pela degustação é similar à experimentada na fruição de outras artes:

No terreno da gastronomia, é preciso confiar em nossas impressões, escutar nosso corpo [...] Trata-se de sermos sinceros com a emoção culinária e, portanto, com nós mesmos; buscar sem necessariamente encontrar, de interrogar o prato ou o vinho, de deixar primeiro agir o nariz e a boca, de aceitar a emoção, e depois decodificar, classificar, isto é, praticar tal qual um amador de pintura ou de música em sua área e com os sentidos apropriados. Trata-se, enfim, de fazer emergir os sentidos. (p. 125).

Onfray delega aos pedantes a culpa de a cozinha, apesar de ser “arte do tempo e das memórias, as mais primitivas, estética da boca, do nariz, da carne, metafísica do corpo e dos órgãos, da matéria e da imanência” (p. 123), não estar entre as belas-artes. Reclama também dos que não consideram a crítica gastronômica como crítica artística: afinal, para tais pessoas, “nada de mobilização conceitual ou filosófica para uma atividade julgada indigna” (p. 142). Carneiro (2003) também se posiciona em relação à crítica gastronômica como crítica de arte:

A noção histórica do gosto é um objeto de intensas especulações literárias que abrangem afirmações de identidades culinárias. Não é apenas como um campo específico de investigação da disciplina histórica ou antropológica que a alimentação interessa à ciência e constitui-se um objeto científico. Esse saber é também empírico e, antes de tudo, uma atividade prática: “a prova do pudim é comê-lo”. Uma ciência de um gozo constitui uma arte, portanto é também como aspecto da história da arte que a história da alimentação deve abordar a gastronomia, tanto no seu aspecto técnico como literário. (p. 123).

Considere-se ou não a cozinha como arte, é preciso concordar com Cas-cudo (1983, p. 405) quando ele afirma que é “inútil pensar que o alimento contenha apenas os elementos indispensáveis à nutrição. Contém substâncias imponderáveis e decisivas para o espírito, alegria, disposição criadora, bom humor”. E atentar para Bolaffi (2000, p. 17) quando ele defende que “cozinha é, portanto, um constante devir de antigas tradições e contemporâneas inovações que podem e devem ser combinadas com saber, arte, bom senso e bom gosto”. Se cozinhar não chega a ser arte, pode-se afirmar que o prazer da degustação é comparável ao da fruição artística.

Depois dessa contextualização inicial, em que procuramos localizar a temática da gastronomia em seus aspectos socioculturais, trataremos no próximo capítulo dos dois gêneros que interessam especificamente à nossa análise do texto jornalístico sobre gastronomia: crítica e crônica. Em seguida, adentraremos as categorias linguístico-discursivas que vão nortear a análise do nosso *corpus* de pesquisa.

02 | O que desejam pedir? – Referencial teórico

O objetivo deste capítulo é, primeiramente, investigar os gêneros crítica e crônica. A opção por tais gêneros se justifica por sua presença marcante na seção sobre gastronomia, bem como nas editorias de cultura em geral.

Em nosso percurso, faremos uma incursão pelos estudos sobre gêneros textuais e debateremos questões relativas ao jornalismo opinativo, nele destacando a prática do jornalismo cultural que, em sua essência, faz uso de comentários valorativos. Traremos à tona a já conhecida discussão sobre o lugar ocupado pela crônica, ora caracterizada como pertencente ao domínio da literatura, ora do jornalismo, ora vista como um gênero híbrido. Também iremos contrapor a crítica jornalística à crítica realizada na academia. Para atingir tais objetivos, vamos nos valer de aparatos teóricos da Comunicação, da Teoria da Literatura e da Linguística.

Na segunda parte do capítulo, apresentaremos as seis categorias de análise utilizadas no estudo dos textos. Tais categorias, como já explicitado na Introdução desta pesquisa, apesar de serem objetos de interesse de filiações teóricas diversas dentro da Linguística (Linguística Textual, Linguística Cognitiva, Pragmática e Análise do Discurso), materializam os aspectos linguístico-discursivos mais recorrentes nos textos investigados.

Numa tentativa de didatização dos aspectos teóricos, podemos assumir que as categorias de análise utilizadas se dividem em dois grandes grupos: aquelas relativas à estrutura, ou seja, ao aspecto mais formal do texto (nível macro), e

as que dizem respeito às estratégias textuais utilizadas para criar determinados efeitos de sentido (nível micro). No primeiro caso, estão a narrativa e a titulação. No segundo, os recursos de interatividade, a intertextualidade, a ironia e a metáfora. Para deixar mais clara cada uma das categorias, ilustraremos os conceitos teóricos com exemplos retirados do *corpus*.

Essa discussão sobre gêneros e categorias analíticas prepara o terreno para o capítulo seguinte, no qual estudaremos as críticas e crônicas publicadas no jornal Folha de S.Paulo (diário) e nas revistas Carta Capital (semanal), Gula (mensal) e Claudia Cozinha (bimestral).

2.1. GÊNEROS OPINATIVOS NO JORNALISMO GASTRONÔMICO

2.1.1. A gastronomia no jornalismo cultural

Jornalismo cultural. O significado dessa expressão, bastante difundida no jornalismo, não foi ainda analisado em profundidade pelos estudiosos da Comunicação. No Brasil, a bibliografia sobre o assunto é escassa e, em geral, não faz jus a todas as suas facetas, limitando-se a descrever a atuação de veículos especializados no tema ou que dele tratam ao lado de outras editorias.

Em relação ao nosso assunto específico de estudo, o jornalismo gastronômico, a situação é ainda mais complicada: não temos notícia de nenhuma obra sobre o tema, realidade compreensível quando levamos em consideração que se trata de um aspecto da cultura quase sempre esquecido e deixado de lado. Ao se falar em crítica cultural jornalística, por exemplo, pensamos em textos sobre literatura, música, cinema, teatro. Alguém se lembraria de citar a alimentação? Dificilmente.

Assim, é duplo o desafio que nos propomos: observar o funcionamento de gêneros característicos do jornalismo cultural e dar início ao estudo sobre o jornalismo gastronômico, abrindo a discussão e colocando o tema em pauta, como se costuma dizer em linguagem jornalística.

Por que a gastronomia se localiza na seção dos jornais ou das revistas que trata sobre cultura? No capítulo anterior, estudamos a alimentação como manifestação sociocultural dos povos, parte importante de sua identidade, elemento de apreciação crítica do gosto e candidata a um posto entre outras artes.

Concorde-se ou não com esses pontos, podemos constatar que, levando-se em consideração as revistas e o jornal que pretendemos estudar, o lugar dedi-

cado à gastronomia está fisicamente próximo a temas como televisão, cinema, teatro e artes plásticas. Excetuando-se as revistas Gula e Claudia Cozinha, pois ambas tratam exclusivamente de alimentação, verificamos que a revista semanal Carta Capital e o jornal Folha de S.Paulo expõem suas crônicas e críticas junto a outras matérias culturais.

Piza (2003) foi um dos autores a se incumbir da função de lançar um olhar acadêmico sobre o jornalismo cultural. Ele observa o crescimento do espaço dedicado a temas tidos como menores, como gastronomia e design, e reclama da submissão da pauta dos veículos ao calendário de lançamentos e inaugurações. Travancas (2001), por sua vez, acredita que esse caráter de atualidade intrínseco ao jornalismo é indispensável. “O texto jornalístico não está amarrado à ideia da originalidade, mas tem a obrigação de trazer uma novidade, já que a essência da imprensa é a notícia” (p. 62). Da mesma forma que um livro recém saído do prelo chama a atenção da imprensa por seu caráter de novidade, um restaurante que acabou de abrir suas portas atrai o olhar dos pauteiros e editores dos suplementos culturais. A autora observa, no entanto, que o gosto pessoal dos editores também influi na decisão do que entra ou não na pauta:

Os livros tratados são os livros recém-lançados e este é o primeiro critério de seleção. Outro critério importante diz mais respeito à identidade dos produtores e colaboradores dos suplementos. [...] É onde entra a questão do gosto assumido nos discursos como critério fundamental para a escolha das obras e dos temas a serem abordados. (p. 16).

O acesso às informações – que não podem ser nem tão superficiais, nem tão profundas – é outro tema recorrente em estudos sobre essa área do jornalismo. Piza (2003) acredita que é importante que o jornalista cultural tenha em mente que está escrevendo para um público heterogêneo e nem sempre iniciado no assunto em questão. Travancas (2001, p. 130) repete o mesmo comentário com outras palavras, ao afirmar que a rixa entre jornalistas e acadêmicos se resume aos primeiros acharem que os segundos não são claros e objetivos aos olhos do grande público, ao passo que os acadêmicos consideram os jornalistas “especializados em generalidades”.

2.1.2. Um passeio pelos gêneros textuais

Para localizar a crítica e a crônica no domínio do jornalismo, é necessário explicitar o conceito de gênero textual e advertir, primeiramente, que os gêneros não são estanques. Assim, não podem ser catalogados ou esquecidos em prateleiras. São, ao contrário, adaptáveis, flexíveis e mutáveis, como afirma Marcuschi (2002):

Mesmo apresentando alto poder preditivo e interpretativo das ações humanas em qualquer contexto discursivo, os gêneros não são instrumentos estanques e enrijecedores da ação criativa. Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos. Surgem emparelhados a necessidades e atividades socioculturais, bem como na relação com inovações tecnológicas, o que é facilmente perceptível ao se considerar a quantidade de gêneros textuais hoje existentes em relação a sociedades anteriores à comunicação escrita. (p. 1).

Adepto do conceito de gênero como prática social, Marcuschi explica que categorizar os gêneros textuais é uma maneira de estabilizar modelos que não são aleatórios, mas se constroem histórica, social e culturalmente em uma comunidade determinada. “Fruto de trabalho coletivo, os gêneros contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia a dia[*sic*]” (p. 2).

É nos gêneros e pelos gêneros que se fala e deles não se pode fugir. Toda e qualquer manifestação linguística está inserida em um gênero, seja ela escrita ou oral. A classificação, no entanto, varia de cultura para cultura, exatamente por serem esses modelos tão intimamente relacionados à sociedade em que se manifestam. Engana-se também quem acredita que o gênero textual é uma receita formal pronta para ser usada em caso de necessidade: “[Os gêneros] caracterizam-se muito mais por suas funções comunicativas, cognitivas e institucionais do que por suas peculiaridades linguísticas e estruturais” (p. 2). Para Marcuschi,

A comunicação verbal só é possível por algum gênero textual. Essa posição, defendida por Bakhtin (1979) e também por Bron-

ckart (1999) é adotada pela maioria dos autores que tratam a língua em seus aspectos discursivos e enunciativos, e não em suas peculiaridades formais. Esta visão segue uma noção de língua como atividade social, histórica e cognitiva. Privilegia a natureza funcional e interativa e não o aspecto formal e estrutural da língua. Afirma o caráter de indeterminação e ao mesmo tempo de atividade constitutiva da língua, o que equivale a dizer que a língua não é vista como um espelho da realidade, nem como um instrumento de representação dos fatos. (p. 3-4).

Convém não confundir gênero e tipo textual, que se refere aos aspectos linguísticos do texto: constituem tipos a narração (com ênfase à sequência temporal), a argumentação (ênfase ao contraste de argumentos), a exposição (ênfase à explicação), a descrição (ênfase à localização) e a injunção (ênfase às sequências imperativas), ainda segundo Marcuschi (2002). Os dois conceitos se relacionam à medida que os tipos aparecem nos gêneros e ajudam a caracterizá-los. O autor observa que os gêneros costumam ser heterogêneos, ou seja, apresentar uma diversidade de tipos.

Usamos a expressão gênero textual como uma noção propositalmente vaga para referir os textos materializados que encontramos em nossa vida diária e que apresentam características sociocomunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica. Se os tipos textuais são apenas meia dúzia, os gêneros são inúmeros. (p. 4).

Outro conceito que convém ter em mente quando se trata dos gêneros, mas não deve ser confundido com eles, é o domínio discursivo, local de produção de discursos que origina gêneros diversos. Temos assim, por exemplo, o discurso jornalístico, que abriga gêneros como o artigo, a crônica e o editorial. “Podemos identificar um conjunto de gêneros textuais que às vezes lhe são próprios (em certos casos exclusivos) como práticas ou rotinas comunicativas institucionalizadas” (p. 5).

Neste ponto, vale revisar os conceitos de texto e discurso, para evitar mal-entendidos. O autor explica que “texto é uma entidade concreta realizada

materialmente e corporificada em algum gênero textual. Discurso é aquilo que um texto produz ao se manifestar em alguma instância discursiva” (p. 5).

O suporte de um texto, ou seja, “a superfície física em formato específico que suporta, fixa e mostra um texto” (MARCUSCHI, 2003, p. 3), é outra variável que pode acarretar modificações na forma como um certo gênero é recebido e interpretado pelo leitor:

O suporte não muda o conteúdo, mas nossa relação com ele. [...] Possenti (2002, p. 209) também julga que uma crônica lida num jornal diário e a mesma crônica lida numa coletânea de crônicas do autor em um livro de crônicas pode ser vista de modo diverso. (p. 21)

Especificamente em relação aos gêneros textuais jornalísticos, recorremos a Melo (2003), que afirma que o único pesquisador do jornalismo que se dedicou com rigor a essa questão no Brasil foi Luiz Beltrão, cuja pesquisa é usada como parâmetro e inclui as seguintes categorias: jornalismo informativo (notícia, reportagem, história de interesse humano, informação pela imagem), interpretativo (reportagem em profundidade) e opinativo (editorial, artigo, crônica, opinião ilustrada, opinião do leitor). Tal categorização, no entanto, é bastante polêmica e está longe de obter consenso nos estudos do jornalismo.

Melo se baseia no esquema de Beltrão para criar sua própria categorização, ancorada nos conceitos de informação e opinião. No primeiro grupo, atenta para a “eclosão e evolução dos acontecimentos e da relação que os mediadores profissionais (jornalistas) estabelecem em relação aos seus protagonistas (personalidades ou organizações)” (p. 65). Para o segundo grupo,

A estrutura da mensagem é co-determinada por variáveis controladas pela instituição jornalística e que assumem suas feições: autoria (quem emite a opinião) e angulação (perspectiva temporal ou espacial que dá sentido à opinião). (p. 65).

Entram no jornalismo informativo a nota, a notícia, a reportagem e a entrevista; e no opinativo, o editorial, o comentário, o artigo, a resenha, a coluna, a crônica, a caricatura e a carta.

2.1.3. A opinião no jornalismo

Não se pode falar de crítica – nosso próximo tema – sem antes discorrer sobre opinião e subjetividade. O Novo Manual da Redação (1992) é taxativo ao afirmar que não existe objetividade em jornalismo. Não se pode falar em objetividade completa, mas em objetividade possível, ou seja, em chegar perto de conquistá-la. A subjetividade do jornalista, afinal, vai desde a escolha do assunto em pauta até a redação e a edição do texto. Vejamos:

Ao escolher um assunto, redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções. Isso não o exime, porém, da obrigação de ser o mais objetivo possível. Para relatar um fato com fidelidade, reproduzir a forma, as circunstâncias e as repercussões, o jornalista precisa encarar o fato com distanciamento e frieza, o que não significa apatia nem desinteresse. Consultar outros jornalistas e pesquisar fatos análogos ocorridos no passado são procedimentos que ampliam a objetividade possível. (p. 19).

Certos recursos utilizados no jornalismo servem para que o autor se esconda por trás do discurso da isenção. De acordo com Sato (2002), o uso da terceira pessoa nos textos jornalísticos é uma tentativa de apagar a subjetividade e funciona como um efeito de objetividade:

Ao exigir-se do jornalista o uso da terceira pessoa que garantiria formalmente a impessoalidade do discurso, tem-se como resultado um discurso esvaziado, que acaba por ocultar o processo social que possibilitou a notícia. O “apagamento” das marcas do sujeito tem como resultado um efeito de objetividade, pois o peso dado ao referente externo cria a ilusão de sua autonomia, de uma existência independente da linguagem. (p. 31).

Fairclough (2001) trata, em sua *Análise do Discurso Crítica*, da questão da omissão da agência, em que não se sabe quem realizou determinada ação. O uso da voz passiva e da nominalização – conversão de processos em nomes,

sem especificação dos participantes das ações – são duas formas de omitir a agência. O autor ressalta: “Uma questão que é sempre importante é se a agência, causalidade e responsabilidade são tornadas explícitas ou deixadas vagas nos relatos de eventos importantes na mídia” (p. 225).

Para o autor, outro fato preocupante é que a mídia costuma transformar interpretações em fatos. Para isso, lança mão de modalidades categóricas. “Trata-se também de uma predileção por modalidades objetivas que permitem que perspectivas parciais sejam universalizadas” (p. 202). Nesse caso, o jornalista afirma algo como se fosse uma verdade absoluta, sem deixar clara sua afinidade, distanciamento ou comprometimento com o que é dito.

Para Marcuschi (1991, p. 78), “o termo informação, no caso da opinião informada, é sempre a apresentação de um discurso interpretado”. A interpretação pode ser explícita (pelo redator da notícia), implícita (pela seleção dos verbos utilizados) ou ocorrer pela simples escolha do que é informado. Na opção dos verbos utilizados para introduzir a fala de um personagem no texto, “é possível levá-lo a dizer algo que não disse. Esta manipulação sutil, feita com recurso de um verbo, é o que caracterizamos como interpretação implícita” (p. 79). Afirmar que alguém revelou, elogiou, confirmou ou condenou demonstra diferentes posições de sujeito que podem ser atribuídas ao personagem simplesmente por serem desejadas pelo jornalista.

É muito difícil informar sem manipular, por melhores que sejam as intenções. Portanto, as estratégias jornalísticas para relatar opiniões não são uma mera questão de estilo, pois as palavras são instrumentos de ação e não apenas de comunicação. (p. 92).

O responsável por uma obra bastante completa sobre a questão da opinião no jornalismo é, mais uma vez, Melo (2003). Para ele, como já mencionado, existem duas categorias de jornalismo: o informativo se volta para os fatos e o opinativo, para as versões. Em outras palavras, essa diferenciação surgiu da necessidade de “delimitar os textos que continham opiniões explícitas” (p. 42). É essencial fixar a atenção nessa adjetivação relativa ao termo “opinião”. O que o autor parece nos querer dizer é que os textos informativos não são aqueles que se isentam de opinar, mas que trazem suas opiniões implícitas. Assim,

nem o jornalismo informativo se limita a informar nem o opinativo se resume a opinar.

Apesar de claramente definidas em suas formas textuais, as duas categorias assumem peculiaridades uma da outra sem deixar de ser opostas por causa disso. A divisão entre informação e opinião é tida como uma realidade incontornável, afirmada por autores de diversas correntes de estudo da comunicação social:

O reconhecimento da existência de duas categorias fundamentais no jornalismo obtém o consenso dos profissionais e estudiosos da área, independentemente das concepções ideológicas que assumem ou do modo de produção econômica que caracteriza a sociedade respectiva. (p. 26).

Para Menezes (2002), os textos factuais e opinativos são bem representados no jornal Folha de S.Paulo, que prima por dar destaque às duas categorias do jornalismo. Para o autor, investir na publicação de textos opinativos é o que torna uma publicação mais interessante que a outra. Seu argumento é que, no meio de tantas notícias, o que realmente chama a atenção do leitor é a presença de vozes discordantes:

O que torna um jornal especial, diferente dos demais, e que o faz importante não são os textos factuais [...], mas sim os textos fortemente opinativos, que me/nos levam a dialogar com ele, a discordar dele, a concordar com ele, a comentar com o amigo do lado sobre o babaca que escreveu aquela bobagem ou sobre o gênio que nos deu aquela luz sobre assunto tão obscuro até o momento. (p. 164-165).

Postura radical é defendida por Dravet (2002), para quem o leitor padrão, aquele que idealmente deseja ler textos puramente objetivos, é não só uma ilusão, mas também um sujeito indesejável, manipulável e sem vontade própria. A autora chama tais leitores de semimortos e diz ser preferível acreditar na existência de pessoas que se deleitam ao consumir textos subjetivos de qualidade:

O jornalismo industrializado oferece, portanto, informações ditas objetivas e claras para serem consumidas por leitores obedientes, resignados, submissos, semimortos. Se os chamo de semimortos é porque um leitor que quer ler notícias claras e objetivas é um leitor sem desejo, sem paixão, um leitor que não quer envolver suas emoções, suas experiências, sua subjetividade, no ato da leitura. Quero acreditar que esse leitor não existe como sujeito; que só pode existir no imaginário das sociedades de consumo industrial; que ele sempre é o outro, o produto da representação criada para que tenha gente se comportando como o leitor semimorto. (p. 87).

Peixoto (2002, p. 127-128) defende que os veículos jornalísticos impressos precisam se libertar das padronizações importadas do modelo dos Estados Unidos e tentar mostrar a realidade de uma forma diferente, escrita com o cuidado de uma obra literária, “deixando para os meios de comunicação eletrônicos a tarefa limitante da reprodução mecânica da realidade”. Nessa mesma linha argumentativa, Travancas (2001) lembra que a subjetividade da crítica é um passo à frente da imprensa, anteriormente presa à obrigação – e à falácia – da isenção.

Para fechar a discussão desse ponto, incluímos um trecho de Melo (2003) que mostra que nem a objetividade completa nem a subjetividade total são desejáveis, mas que se pode encontrar um meio-termo entre as duas:

Recusamos, portanto, a ideia da “objetividade” jornalística naquela acepção de neutralidade, imparcialidade, assepsia política que as fábricas norte-americanas de notícias quiseram impor a todo o mundo. Mas também não endossamos a tese de que a mensagem jornalística é necessariamente politizante, naquela acepção persuasiva, instrumentalizadora, acalentada por tantos exegetas equivocados de Marx. (p. 73).

2.1.4. A crítica jornalística

Fazer justiça na hora de oferecer sua opinião sobre determinado produto cultural ou obra de arte, deixando para o leitor a decisão final. A missão pare-

ceu, de início, assustadora para o crítico de gastronomia da revista Vogue. O ex-advogado Steingarten (2000) conta como se sentiu ao assumir sua função, na introdução de sua coletânea de críticas:

Ao contemplar as assustadoras responsabilidades de meu novo posto, fiquei prostrado. Porque, da mesma forma que todas as pessoas que conhecia, eu sofria de um conjunto poderoso, arbitrário e debilitante de atrações e aversões alimentares. Temia que não conseguisse ser mais objetivo que um crítico de arte que detestasse o amarelo ou sofresse de daltonismo. (p. 9).

Na tentativa de oferecer o retrato mais preciso aos seus leitores, o crítico fez o possível para se livrar de pudores e receios alimentares. Em contraposição ao uso corrente do termo “crítico” pelo senso comum, Piza (2003, p. 69) diz que “os críticos de qualidade não estão preocupados em encontrar falhas onde não existem”. Para o jornalista, a boa crítica exige clareza, coerência, agilidade, resumo da obra, análise sintética e capacidade de ir além do objeto analisado, ou seja, usá-lo como forma de interpretação do mundo.

Quais as características da crítica como gênero jornalístico? Segundo o Novo Manual da Redação (1992), a crítica é o gênero jornalístico opinativo que analisa e avalia trabalho intelectual ou desempenho. Sempre traz a assinatura de seu autor e deve ser bem fundamentada. Além disso, “não deve conter acusação de ordem pessoal. Lembre-se: o objeto da crítica é a obra ou desempenho, não a pessoa” (p. 66). Recorrer somente ao ataque pelo ataque é para principiantes, afirma Ascher (1991). O que importa é ter opiniões fortes e claras:

Num país como o Brasil, essa crítica, infelizmente, tem que ser didática. [...] Nenhuma obra, aliás, é respeitável ou merecedora de considerações atenuantes. As obras são boas ou ruins. E mesmo quando ruins, elas o são de modos e em graus diferentes. Um crítico que se preze, por obrigação de ofício, deve saber distinguir entre o ruim e o pior. Nivelar por baixo ou por cima não passa de preguiça e irresponsabilidade. (ASCHER, 1991).

O mesmo manual chama de resenha o “gênero jornalístico que consiste em resumo crítico de livro” (p. 107), que deve ser ao mesmo tempo informativo, expondo de que trata a obra e apresentando seu autor, mas também opinativa. Ao seu turno, Melo (2003, p. 129) prefere chamar de resenha a “apreciação das obras de arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores e consumidores”. O autor se opõe ao uso do termo crítica, por considerar que existe uma

Dupla recusa dos grandes intelectuais e dos editores culturais em relação à crítica esteticamente embasada. Os grandes intelectuais porque não quiseram fazer concessões à simplificação e à generalização pretendidos pela indústria cultural. Os editores culturais porque entendiam indispensável ampliar o raio de influência da crítica de arte, tornando-a utilitária em relação ao grande público e evitando o seu direcionamento para as elites universitárias. (p. 129).

Para o autor, enquanto a crítica se encontra em suplementos culturais, revistas especializadas, livros e teses, a resenha é publicada no jornal e tem caráter utilitário: “havendo muitas opções no mercado cultural, o consumidor quer dispor de informações e juízos de valor que o ajudem a tomar a decisão de compra” (p. 132). Dentre as funções atribuídas à resenha por Tedd Hunt (apud MELO, 2003, p. 132), destacam-se o aconselhamento, a informação sobre o mercado cultural, o estímulo aos artistas e a documentação histórica. Nesse contexto,

Desaparece (ou se torna residual) a crítica estética, dedicada a aprender o sentido profundo das obras de arte e situá-las no contexto histórico, surgindo, em seu lugar, a resenha, uma atividade mais simplificada, culturalmente despojada, adquirindo um nítido contorno conjuntural. (p. 131).

Coutinho (apud MELO, 2003) afirma, por sua vez, que tal tipo de crítica estética é inapropriado para o jornalismo de todo dia, em que a rotina impede maior aprofundamento do jornalista nos assuntos em pauta:

[A crítica] exige métodos e critérios que tornam o seu resultado incompatível com o exercício periódico e regular em jornal, e mais incompatível com o próprio espírito do jornalismo, que é informação, ocasional e leve. (p. 131-132).

Seria a gastronomia um objeto digno de ser criticado? Para responder a essa pergunta, vamos recorrer à introdução de Philip French à coletânea de críticas de cinema de Pauline Kael, que “ajudou a mudar a natureza e o status da crítica de cinema no mundo de língua inglesa. Transformou-a em uma atividade emocionante, vital e essencial, um diálogo com nossa época e cultura” (FRENCH apud KAEL, 2000, p. 13). Quando Kael começou a publicar suas análises em jornais, o cinema era tido como uma arte menor e só então começava a ser objeto de apreciação crítica:

Naquela noite, fizeram-se as perguntas de sempre sobre a função da crítica e a responsabilidade do crítico, embora provavelmente fosse a última vez que alguém em Nova York perguntou se a crítica de cinema podia ser uma atividade tão importante quanto a de outras artes. (p. 12).

O papel da crítica na consolidação dos produtos culturais é destacado por Melo (2003), que verifica a relação entre fontes de receita publicitária e a ação dos jornalistas:

Seu [da crítica] âmbito de ação contempla os produtores 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. (p. 138).

O termo “crítico” já carrega em si uma conotação de negatividade, como frisa Piza (2003) e como já dissemos no início do capítulo. O autor sugere ao crítico que evite a má imagem já estabelecida sobre sua categoria usando argumentação incisiva, sem exagero, deslumbre ou confusão entre autor e obra. Ele

recomenda não se centrar somente na opinião do jornalista, nem nas características objetivas da obra, nem no autor ou no tema da obra, mas reunir todas essas observações. Piza considera o papel do crítico importante tanto para o leitor como para o próprio artista:

Um cidadão mais consciente de suas escolhas, simultaneamente mais crítico e mais tolerante, é um cidadão melhor – que erra do mesmo jeito, mas tem mais chance de corrigir o erro ou ao menos de saber por que errou. (p. 50).

Interessante, aqui, destacar um trecho de um dos textos do nosso *corpus* que corrobora essa ideia de ativar o senso crítico do leitor, mas por meio da crônica. No texto de título “Uma capital gastronômica?”, publicado na Carta Capital em 28 de janeiro de 2004, o cronista Márcio Alemão afirma que prefere a crônica à crítica e explica: “acredito que ao tentar despertar o interesse pelo mundo da gastronomia eu consiga fazer de meu leitor alguém mais atento e, conseqüentemente, mais crítico”. Ou seja, o papel tradicionalmente delegado à crítica é cumprido também pela crônica, em sua opinião.

Por fim, vamos contrapor à crítica jornalística breves observações sobre a crítica literária, a crítica cultural acadêmica por excelência. Recorremos aos conceitos estabelecidos por Imbert (1971, p. 7) de que “a diferença está em que a literatura é a expressão de um modo de intuir as coisas; e a crítica, por sua vez, é a expressão intelectual precisamente daquela expressão”. Vejamos:

A crítica julga se uma obra é ou não literatura; julga a excelência literária de uma obra; julga a hierarquia do seu valor. O que a crítica tem que nos dizer, pode-o dizer em muito poucas palavras: “isto vale, isto não vale”. [...] Observemos, todavia, que essas poucas palavras que o crítico tem que nos dizer, “isto vale, isto não vale”, são insubstituíveis. (p. 35).

O autor defende o crítico em seu papel de “tradutor” das obras para o grande público: “No fim das contas, o crítico é quem ouve tudo que a obra tem que dizer e se encarrega de que ela o diga a um grande auditório” (p. 44). Não

cabe aos leitores, assim, culpar a crítica pelos males dos livros, responde aos que consideram que é melhor deixar os artistas falarem por si sós. São funções da crítica informar, ensinar, guiar os escritores, separar o belo do feio, prolongar a obra original, comparar juízos de valor emitidos sobre uma mesma obra, iluminar a obra, orientar o público leitor e hierarquizar obras. O autor destaca a função valorativa da crítica: “Daqui que a capacidade da crítica seja, nem mais nem menos, a capacidade pessoal de um juiz e que, em última instância, só haja dois tipos de crítica: a do talento e a da mediocridade” (p. 54).

Para os que acham que a tarefa pode parecer fácil, Imbert afirma que a crítica pede escrúpulos na hora de evitar julgar uma obra por seu gênero, autor ou escola, por exemplo. Isso pode significar, inclusive, perder “o medo de comprometer-se, emitindo um juízo novo e talvez surpreendente. Ou a vergonha de confessar que não se vê um valor que toda a gente diz ver” (p. 61):

Todos, ou quase todos, temos uma consciência e estética que nos permite gostar de uma obra (ou sentir desprazer por ela). Poucos têm uma consciência artística que combata contra as equivocadas preferências do sentimento e, sobretudo, contra as próprias debilidades. Se o crítico quer formular juízos, deve antes de tudo evitar preconceitos. (p. 59-60).

Cabe ao crítico se questionar sobre as intenções do autor e o significado de sua obra na História da Literatura. O autor ironiza quem reclama da subjetividade da crítica: “Seria demasiado pedir que a crítica revistasse os bolsos e tirasse nada mais nada menos do que uma tabela absoluta de valores estéticos!” (p. 70). Trata-se, para ele, de uma atividade regida por um aprendizado constante:

De experiência em experiência, [o crítico] vai afinando sua percepção, o seu gozo, a sua cultura, a sua lucidez em comparar e discriminar, a sua perspectiva para os valores, a sua capacidade de formar juízos e de demonstrá-los. Completa assim experiências metódicas. (p. 217).

2.1.5. A crônica na interface entre literatura e jornalismo

A crônica é o segundo gênero que analisaremos dentro do jornalismo cultural sobre gastronomia. A sua definição varia de país para país. No Brasil, toma ares de “relato poético do real, situado na fronteira entre a informação de atualidade e a narração literária” (MELO, 2003, p. 155), enquanto na maior parte do mundo se caracteriza como um relato cronológico. Aqui, os fatos são um mote ou pretexto apenas. A crônica se caracteriza pela ligação com o cotidiano e a crítica social dissimulada nos meandros da poeticidade do texto. A informalidade e a despreensão podem esconder críticas severas:

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. (p. 155).

Na acepção do Novo Manual da Redação (1992, p. 66), crônica é o “gênero em que o autor trata de assuntos cotidianos de maneira mais literária que jornalística. Pode ser também um pequeno conto. É sempre assinada”. O cronista Luís Fernando Veríssimo (apud MELO, 2003), entretanto, oferece uma definição divertida dos tipos de crônica:

Crônica é qualquer crônica, ou uma crônica qualquer. Croniqueta é o nome científico da crônica curta, como pode parecer. [...] Cronicão é a crônica grande, substancial, com parágrafos gordos. [...] Grande crônica é o crônicaço. O crônicaço é consagrado. Seu autor sai na rua e deixa um rastro de cochichos – É ele, é ele. (p. 159).

Brincadeiras à parte, a crônica é um gênero híbrido, misto de literatura e jornalismo. Do primeiro, traz a maneira elaborada de narrar histórias. Do segundo, conta com os veículos de divulgação e a inspiração para seus temas.

Os aspectos narrativos do jornalismo – já que “a maior parte dos textos que o jornal nosso de cada dia nos dá hoje são narrativas. [...] Os jornalistas [...] narram histórias – que possuem estrutura, ordem, ponto de vista e valores” (PINTO, 2002, p. 89) – são elevados ao seu ponto máximo na crônica, que, segundo Diaféria (apud MELO, 2003),

Existe para dar credulidade aos jornais, saturados de notícias reais demais para ser levadas a sério. [...] Ela não consta no periódico por condescendência. A crônica é a lágrima, o sorriso, o aceno, a emoção, o berro, que não têm estrutura para se infiltrar como notícia, reportagem, editorial, comentário ou anúncio publicitário no jornal. E, contudo, é um pouco de tudo isso. (p. 162).

É Arrigucci Jr. (1987) que define com mais precisão a crônica:

Despretensiosa, próxima da conversa e da vida de todo dia, a crônica tem sido, salvo alguma infidelidade mútua, companheira quase que diária do leitor brasileiro. No entanto, apesar de aparentemente fácil quanto aos temas e à linguagem coloquial, é difícil de definir como tantas coisas simples. São vários os significados da palavra crônica. Todos, porém, implicam a noção de tempo, presente no próprio termo, que procede do grego *chronos*. Um leitor atual pode não se dar conta desse vínculo de origem que faz dela uma forma do tempo e da memória, um meio de representação temporal dos eventos passados, um registro da vida escoada. Mas a crônica sempre tece a continuidade do gesto humano na tela do tempo. (p. 51).

O autor relembra que a crônica tem origem na narrativa de fatos históricos. Enquanto o historiador buscava explicação para os fatos, o narrador se contentava em apresentá-los como modelos da ação divina.

Hoje, porém, quando se fala em crônica, logo se pensa num gênero muito diferente da crônica histórica. Agora se trata simplesmente de um relato ou comentário de fatos corriqueiros do

dia a dia[*sic*], dos *faits divers*, fatos da atualidade que alimentam o noticiário dos jornais desde que estes se tornaram instrumentos de informação de grande tiragem, no século passado. (p. 52-53).

Arrigucci Jr. relaciona esse gênero textual à modernidade e ao surgimento das metrópoles, com suas demandas de produtos para consumo imediato e fugaz. A crônica “parece destinada à pura contingência, mas acaba travando com esta um arriscado duelo, de que, às vezes, por mérito literário intrínseco, sai vitoriosa” (p. 53). É no cotidiano, na conversa informal e no palavreado coloquial que a crônica se localiza. Mesmo a ausência de mote para o texto é considerada moderna pelo autor:

Há momentos em que a crônica teima em não sair, claramente por falta de assunto, gerando-se no limite a situação embaraçosa, literariamente tão moderna, do comentário ou relato diante da ausência do fato, como se a linguagem do cronista se visse obrigada a desgarrar-se necessariamente da circunstância imediata, seu vínculo jornalístico mais ostensivo. [...] Nesses casos, a circunstância corriqueira e efêmera de que o cronista se serve como gancho fica reduzida ao mínimo possível, e a crônica parece que se enrola em si mesma e se solta, voando como bolha de sabão, esfera leve e translúcida, irisada apenas pela luz interior do sujeito que a anima com o mais profundo de sua experiência humana. (p. 55-56).

Para Melo (2002), a crônica se aproxima da literatura, mas não alcança o nível de um romance ou uma poesia. Com isso, o autor não quer depreciar o gênero, mas ressaltar suas peculiaridades, como a simplicidade, a efemeridade e o tom audacioso. Guaraciaba (1992, p. 86) concorda: “a crônica é, hoje, o avesso do jornalismo, é seu lado crítico, libertário, inovador e humanizado, o que vem sendo asfixiado pelo império da técnica industrializada”.

Outro fator que influi para o maior cuidado na elaboração das crônicas é que os cronistas “são considerados ‘colaboradores’ em relação aos profissionais da redação. Normalmente não frequentam a sala de redação; enviam seus textos” (p. 87). Não cabe ao cronista entrevistar nenhum “personagem”, mas

observar anonimamente e expor suas impressões. Ao narrar como se dá o processo de produção das crônicas no jornal Folha de S.Paulo, a autora explica que o pagamento é simbólico, mas o autor fica com os direitos autorais depois que o texto é publicado. Beltrão (apud MELO, 2003) é outro autor a levar essa realidade de produção em conta na avaliação do resultado final:

Articulistas e cronistas são autênticos literatos, e, não tendo, como o profissional do dia a dia[*sic*], de submeter-se à maior pressão do tempo reduzido da produção coercitiva diária, podem burilar suas matérias não raro tornando-as antológicas e conferindo-lhes aquela perenidade que constitui exceção no exercício da atividade jornalística. (p. 129).

Na relação íntima e companheira que estabelece com o leitor, o cronista acaba ganhando ares de amigo. “Em certos momentos, principalmente neste mundo de solitários em que vivemos, o cronista periga de se tornar quase alguém da família. Ou, se bobear, um amante” (MENEZES, 2002, p. 168). Descontados os exageros, é certo que ler uma crônica em meio a inúmeras notícias dá um toque de sabor à apreciação diária do jornal. Para continuar nas metáforas gastronômicas, fechamos esta seção citando Galeno (2002):

Texto e sabor são ingredientes que deverão constar na mesa de todos. Ser diário não significa estar preso ao presente e à mera reprodução enfadonha dos dias. Mesmo que a origem da palavra jornal, do latim *diurnalis* (diário) se relacione ao cotidiano, ao contar dos dias, ao narrar dos acontecimentos. (p. 107-108).

Ao revisar conceitos sobre jornalismo cultural, jornalismo opinativo, gêneros jornalísticos, crônica e crítica jornalística, procuramos esclarecer conceitos que serão úteis na análise dos textos, no capítulo a seguir. Vamos agora adentrar no estudo das categorias que norteiam este estudo.

2.2. CATEGORIAS DE ANÁLISE

Conforme dissemos anteriormente, as categorias que utilizaremos na análise são filiadas a correntes teóricas diversas. O requisito que usamos para escolher quais fenômenos linguístico-discursivos seriam levados em consideração em nossa análise foi a leitura cuidadosa do *corpus*, que apontou elementos recorrentes e, portanto, pertinentes ao objeto.

Optamos, assim, por não nos ater a nenhuma corrente teórica específica, mas a tirar proveito de referenciais teóricos cujo ponto de interseção é justamente a sua importância na construção da identidade dos textos do *corpus*. Já mencionamos na Introdução quais os campos teóricos em que os fenômenos selecionados vêm sendo estudados de maneira privilegiada (Linguística Textual, Linguística Cognitiva, Pragmática e Análise do Discurso). Também lembramos que alguns desses fenômenos, inclusive, são abordados simultaneamente por áreas distintas.

2.2.1. Categorias de nível macro

Na divisão que aqui propomos, as categorias de nível macro são aquelas que se referem à estrutura textual: a narrativa e a titulação. Ambas não se limitam a um trecho específico do texto, mas dizem respeito a sua própria constituição. Como tentaremos mostrar na análise, elas funcionam como pistas importantes para desvendar as intenções do autor na construção dos textos.

2.2.1.1. Narrativa

Não se pode falar em crônica e deixar de lado a observação da narrativa. Convencionalmente, esse tipo textual contém os seguintes momentos: exposição, introdução ou apresentação (apresentação dos fatos e personagens), complicação ou desenvolvimento (trecho em que se desenvolve o conflito e se conquista a atenção do leitor), clímax (ponto máximo do conflito) e desfecho, desenlace ou conclusão (solução dos conflitos, de forma boa ou má).

Gancho (1997) considera que as crônicas, por serem textos híbridos entre a literatura e o jornalismo, não raro apresentam narrativa incompleta. A autora

defende que focar histórias aparentemente banais é uma das características do gênero. “Uma crônica pode contar, comentar, descrever, analisar. De qualquer forma, as características distintivas da crônica são: texto curto, leve, que geralmente aborda temas do cotidiano” (p. 8). Todorov (1973) afirma que, na crônica, acredita-se que o autor é uma testemunha que relata fatos, o que nos leva ao caráter parcialmente jornalístico da crônica.

Garcia (1998, p. 239) lembra que a matéria da narração é o fato, ou seja, “qualquer acontecimento de que o homem participe direta ou indiretamente”. O relato do episódio real ou fictício deve conter: o quê (fato, ação, enredo), quem (personagens, protagonista e antagonista), como (modo de desenrolar da ação), quando (momento em que o fato se deu), onde (local), porquê (causa) e por isso (resultado ou consequência)⁵. Nem todos estão sempre presentes em todas as narrativas, à exceção dos dois primeiros, sem os quais a narração não existe. O autor também frisa que pode haver narrativas reais e fictícias. Pode-se dizer que a crônica, apesar de não ser mencionada pelo autor na passagem seguinte, se localiza num espaço intermediário entre esses dois tipos, pois geralmente se baseia em um fato real para abrir espaço à imaginação criativa:

O fato relatado pode ser real ou fictício. A história do gênero humano, a biografia de um herói, a autobiografia, uma reportagem policial constituem relatos de fatos reais. O romance, o conto, a novela, a anedota (no seu sentido vulgar) são algumas das espécies do gênero de ficção, e ficção (do latim *fingere* = fingir) é invenção, é “fingimento”, é produto da imaginação (Garcia, 1998, p. 244).

Gomes (1994) considera que os textos jornalísticos se baseiam em relatos com fatos hierarquicamente ordenados. A narrativa, assim, está cada vez mais

⁵ Inevitável comparar essa estrutura ao formato clássico do lide jornalístico. O lide pode ser, segundo o Novo Manual da Redação (1992), noticioso ou não-factual. O primeiro deve conter as respostas às principais questões acerca do fato (o quê, quem, quando, como, onde e por quê). O segundo, por sua vez, pode utilizar recursos diversos para chamar a atenção do leitor e não tem nenhuma receita pronta. Como estamos tratando de gêneros opinativos – mais subjetivos, portanto –, veremos com maior frequência nos textos do *corpus* o segundo tipo de lide.

presente nos meios de comunicação como maneira de atrair o leitor. A autora especifica de que forma a clássica estrutura da narrativa proposta por Labov e Waletzky⁶ se apresenta no jornalismo: o resumo seria composto pelos títulos e subtítulos, a orientação equivaleria ao lide, a complicação abrangeria o fato propriamente dito, a avaliação seria marcada pelo ponto de vista do narrador, a resolução seria o desfecho da história (considerada rara no jornalismo, porque em geral as histórias se encontram em andamento) e a coda, que traz o leitor de volta ao mundo real, viria na forma das marcas gráficas que simbolizam o fim da matéria. As partes da narrativa, no entanto, podem vir imbricadas e às vezes são difíceis de identificar com clareza.

Vanoye (1998) defende que há técnicas usadas na narrativa para prender a atenção do leitor e causar efeitos sobre ele. Ele não se refere apenas às narrativas literárias, mas também àquelas do domínio da informação, como a imprensa e a publicidade. O autor cita a divisão da ação em episódios, a valorização das personagens e do cenário, o destaque das peripécias e o adiamento da conclusão como alguns desses recursos. “O objetivo do destinador é dramatizar a apresentação das informações, recorrendo a técnicas praticadas pelos contistas, romancistas, dramaturgos” (p. 138).

Exemplificamos a estrutura narrativa com o texto “É melhor a gente dar um tempo”, da Carta Capital, publicado em 4 de fevereiro de 2004:

É melhor a gente dar um tempo

O cordeiro servido tinha um gosto forte de óleo. Ficou intacto no prato. Na hora de pagar a conta, o chef veio à mesa para saber o que aconteceu. Ouviu a explicação do cliente e disse que discordava

Tô mau, descobri que eu e Benny não gostamos das mesmas coisas. Benny é o *chef* e proprietário do Ici Bistrô, que agora mudou de endereço e está na rua Pará, 36, em São Paulo. Tô mau porque, há quase dois anos, quando ele abriu

⁶ Para saber mais sobre tal estrutura, ver:

LABOV, William; WALETZKY, Joshua. Narrative analysis: oral versions of personal experience. In: HELM, J. (ed). *Essays on the verbal and visual arts*. Seattle: University of Washington Press, 1967. p. 12-44.

LABOV, William. *Language in the inner city: studies in the black English vernacular*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1972.

sua casa, disse nesta coluna que nele apostava. Retiro minhas fichas, com tristeza.

Na sexta-feira, às 20h30, cheguei ao local. Marquei bobeira e esqueci de dizer que era fumante. Dancei. A mesa de fumante disponível ficava bem de frente para a porta da cozinha. Paciência.

O *couvert* é despojado. Pão, manteiga, uma pastinha qualquer. Um bonito vidro de azeite com uma touceira de alecrim fica na mesa todo o tempo. Aí começou a pintar a tristeza e a certeza de que eu e Benny não gostamos das mesmas coisas. Gosto de alecrim, mas não suporto quando o alecrim toma conta da situação. É o caso daquele azeite. A oliva virou coadjuvante.

Pedi e vieram de entrada as coxinhas de rã do jeito que Bernard Loiseau inventou, com o molho de salsinha e um purê de alho. Lembrei-me imediatamente do McDonald's, do Outback, do T.G.I. Friday's. É um maravilhoso *snack* que deveria frequentar esses divertidos restaurantes. Sequinhas, gostosinhas, sem nenhuma personalidade, não assustariam a criançada.

Antes das rãs, tivemos um episódio divertido. O garçom aproximou-se para fazer o pedido assim dizendo: "Vocês já querem pedir?" Respondemos que sim e demos aquela tradicional respirada que antecede o pedido. Antes que o ar fosse expelido de meus pulmões, o garçom some. Outro rapaz que fica pelo salão, imagino que seja o sócio de Benny, estava ao celular e fez um sinal para o meu garçom, que saiu em desabalada carreira para dentro da cozinha.

Culpar quem? O jovem sócio não percebeu que ele iria tirar meu pedido. Poderia ter percebido, afinal, o que estaria fazendo aquele garçom coladinho em minha mesa? Seria uma ordem da casa? "Toda vez que você não estiver fazendo nada, cole na mesa que fica em frente à porta da cozinha para que eu possa chamá-lo sem gestos largos". Acho que não. Foi distração do jovem sócio. Queria ter pedido um peixe, mas as duas opções do cardápio ofereciam as indefectíveis "crostas". Fui para o lombo de cordeiro. Minha esposa ficou com o peixe namorado, apesar da crosta.

O tempo de chegada dos pratos foi excelente. Mas, quando chegaram os principais, rolou mais uma bobagenzinha que me deixa sempre irritado: "De quem é o peixe?" Deu vontade de fazer um chiste e dizer: "O peixe é de quem não vai comer o cor-

deiro”. Ou quem sabe eu deveria me levantar e começar a fazer mímica e envolver todo mundo do restaurante.

E vamos ao momento mais triste: não gostei do meu cordeiro. O ponto estava correto. O tempero estava correto. Mas na chapa em que foi passado ele adquiriu um forte gosto de óleo e isso me fez desistir de comê-lo. Junto havia vagens e cenouras. A vagem estava incomível, excessivamente *al dente*, com gosto de crua. *Quenelles de couscous* vieram acompanhando o prato e eu gostei delas. Mas o cordeiro eu não comi. O peixe da minha esposa, apesar da crosta, estava gostoso, mesmo com um pouco de sal a mais.

Na hora de pagar a conta, Benny apareceu para me tranquilizar e dizer que não havia cobrado o cordeiro. E nesse momento nossas vidas se separaram para sempre. Expliquei a ele o motivo da minha recusa e ele, o jovem *chef* Benny, respondeu que havia provado o prato quando o mesmo voltou para a cozinha e que não concordava comigo. Cheguei a prever o momento em que ele sacaria do bolso seu diploma da Cordon Bleu e esfregaria na minha cara.

Pena. Gosto de óleo é gosto de óleo. Não é tempero que alguns podem gostar mais ou menos. Ainda fui advertido de que o cordeiro havia chegado naquele mesmo dia. Poderia ter chegado naquele segundo, *my friend*. Minha rejeição nada tinha a ver com o frescor ou a qualidade da matéria-prima. Óleo. Gosto de óleo. Portanto, entristecido, afirmo: não gostamos das mesmas coisas. É melhor a gente dar um tempo.

Podemos observar aqui uma narrativa completa: já no título e no subtítulo, temos um resumo do que trata a história, ou seja, do motivo da discórdia entre o narrador e o jovem *chef* Benny. Em seguida, vem a orientação, com apresentação dos fatos e personagens. A complicação, isto é, o desenrolar do fato propriamente dito, é intercalada por diversas passagens marcadamente avaliativas: o narrador reclama do azeite, considera as coxinhas de rã típicas de lanchonetes rápidas, avalia negativamente o comportamento do sócio. O clímax, ponto máximo do conflito, aparece quando o narrador percebe que o cordeiro veio com gosto de óleo. Não é por acaso que tal passagem é aquela que norteia o texto e determina seu título – trata-se do trecho principal da crô-

nica. Na resolução ou desfecho da história, o diálogo entre o narrador e o *chef* finaliza o conflito, chegando a uma conclusão, ainda que insatisfatória para o narrador. Por isso mesmo, ele insere mais uma trecho avaliativo no final, para criticar a atitude do jovem *chef* Benny e concluir aquilo que o título já prenunciava: é melhor eles darem um tempo.

2.2.1.2. Titulação

Falar de titulação é adentrar um tema ainda pouco explorado nos estudos do texto jornalístico. Não encontramos material específico sobre titulação de críticas, crônicas ou de outros gêneros próprios do jornalismo opinativo, mas ainda assim optamos por abordar essa questão, por haver observado que os títulos apresentam características interessantes a nossa análise. Vamos utilizar estudos da Linguística Textual que vêm tratando da questão da titulação – inclusive no texto jornalístico – para embasar a análise.

Ao tratar da estrutura da notícia na imprensa, van Dijk (1996) chama de sumário a seção que engloba a manchete e o lide. Juntos, tais elementos formam uma espécie de resumo da notícia. Para o autor, a estrutura temática e o esquema da notícia ajudam o processo cognitivo de organização da informação na memória, assim como seu uso e posterior recordação. Os conhecimentos prévios do leitor são requisitados na hora da interpretação da informação.

Terzi (1992) retoma a estrutura proposta por van Dijk em um estudo específico sobre titulação. Segundo ela, o título se localiza no topo da macroestrutura semântica proposta pelo autor, enquanto a superestrutura do texto inclui os seguintes elementos: sumário, evento principal, background, consequências e comentários. O que vale destacar é que o título tem grande importância na decisão do leitor de seguir ou não na leitura do texto jornalístico. Além disso, oferece pistas de interpretação para quem lê. Em outras palavras, a titulação é decisiva na leitura e conduz o sentido do texto:

A ação do título não se faz sentir apenas no período anterior à leitura; durante a compreensão do texto, o leitor faz uso das macroestruturas semânticas, isto é, ele constrói temas para

organizar a grande quantidade de detalhes, a fim de que possa entender e armazenar na memória a informação. Apresentando a macroestrutura de nível mais alto do texto, o título oferece o quadro semântico no qual detalhes locais e/ou ambíguos serão interpretados. É a ausência desse quadro que torna os textos sem título mais difíceis ou até impossíveis de serem entendidos. (p. 20).

Os manuais de redação brasileiros ressaltam a importância do título, mas suas orientações se restringem à objetividade e ao número de toques (ou caracteres, num jargão mais informatizado) que tal elemento deve conter. O Novo Manual da Redação da Folha de S.Paulo (1992, p. 168) é taxativo: “ou o título é tudo que o leitor vai ler sobre o assunto ou é o fator que vai motivá-lo ou não a enfrentar o texto”. Por isso, o guia recomenda que os jornalistas sintetizem a informação principal da forma mais precisa e específica possível no título. Apesar de oferecer dicas sobre como devem ser os títulos de textos noticiosos (com verbo na voz ativa e no tempo presente e emprego comedido de siglas, por exemplo), em relação aos textos opinativos o manual se limita a dizer que “para editoriais e textos opinativos, a Folha pode usar frases nominais em títulos” (p. 169), sem maiores explicações. O Manual de Redação e Estilo do Estado de São Paulo, por sua vez, diz que “o título deve, em poucas palavras, anunciar a informação principal do texto ou descrever com precisão um fato” (MARTINS, s.d.).

Como costuma acontecer nos estudos do jornalismo, o texto informativo tem primazia sobre o texto opinativo e recebe mais atenção que ele. É intrigante recordar que, de acordo com Melo (2003), os títulos tiveram início no jornalismo sob a influência da publicidade. Antes de sua inserção, as matérias eram separadas por rubricas temáticas ou títulos-fixos. Outras vezes, traziam o que o autor chama de títulos-assuntos, que distinguiam matérias informativas e opinativas. Apesar de esses títulos-assuntos não mais existirem, não é difícil distinguir um texto informativo de um opinativo apenas pela leitura de seu título. Em vez da objetividade exigida nos primeiros, os segundos podem ser identificados pelo uso de recursos como metáforas e termos coloquiais. Podem, inclusive, usufruir a liberdade de recorrer a técnicas objetivas como as citadas acima. A escolha por títulos cheios de recursos de estilo ou simples-

mente descritivos vai depender do direcionamento dos textos, como veremos adiante, no capítulo de análise.

Como exemplo, tomemos a titulação do texto anteriormente analisado na seção sobre narrativa, “É melhor a gente dar um tempo”. Como vimos, é uma crônica sobre quando o autor se decepcionou com o *chef* Benny, do Ici Bistrô, que costumava admirar. Aqui, a expressão coloquial “dar um tempo”, usada para relacionamentos amorosos, se encaixa com exatidão à situação: o autor se refere a um *chef* por quem sente admiração, mas confessa que ele errou desta vez – assim, melhor “dar um tempo na relação” do que pôr um fim definitivo a ela.



Na revista Carta Capital existe, por vezes, um complemento entre a ilustração e o título da crônica. É o caso do exemplo supracitado, em que há um desenho do cronista de um lado, com uma caneta na mão, e do *chef* de outro lado, com o diploma e a *toque blanche* – chapéu branco típico da profissão – com os dizeres Cordon Bleu, uma das mais conceituadas escolas de gastronomia do mundo, com filiais em vários países. Cada um parece, na ilustração, seguir seu rumo separadamente, em mais um recurso de humor que completa a expressão coloquial utilizada no título. Além disso, a ilustração alude a cenas de banguê-ban-

gue de antigos filmes de faroeste, pois os dois empunham instrumentos que podem lembrar armas de fogo e parece que vão iniciar um duelo – ainda que se trate de uma disputa, no caso descrito, apenas verbal.

2.2.2. Categorias de nível micro

Ainda de acordo com a divisão por nós proposta, as categorias de nível micro são as estratégias pontuais usadas pelo produtor do texto para criar efeitos de sentido.

2.2.2.1. Interatividade

Uma característica marcante dos textos analisados é a interatividade. Durante muito tempo, a interatividade foi estudada como um fenômeno exclusivo da fala. No entanto, deve ficar claro que “a interatividade é uma propriedade geral de todo e qualquer uso da língua e não de uma das modalidades de uso. Pois ninguém escreve/fala sem ter em mente um leitor/ouvinte” (MARCUSCHI, 1999, p. 2). Não estamos falando, então, de marcas de oralidade, mas de indícios de destinação de um texto escrito/falado a um leitor/ouvinte real ou imaginário.

Para Marcuschi (1999), a existência maior ou menor de interatividade está relacionada aos gêneros textuais. Assim, uma carta entre amigos será provavelmente mais interativa que uma notícia jornalística. Isso não equivale a dizer que o texto jornalístico em questão não seja interativo, mas que as marcas de interatividade são menos visíveis. Podem, entretanto, ser percebidas por meio da pressuposição do autor sobre o conhecimento compartilhado entre ele e o leitor, que leva a um texto mais ou menos explícito e detalhado. Até mesmo teses ou dissertações apresentam indícios interativos, como é o caso das perguntas retóricas. Mais do que um recurso estilístico, trata-se de um método com função comunicativa definida:

As marcas de interatividade na escrita e na fala atuam como operadores de orientação cognitiva sugerindo perspectivas de interpretação preferencial por parte do escrevente/falante. Mais do que simples marcas estilísticas são atos de fala (formas de ação) que fazem propostas, negociações, contratos e definem posicionamentos para uma relação intersubjetiva ou interação comunicativa mais eficaz. (p. 13).

Tannen (1989) enfatiza que não existe interação sem envolvimento. Para tanto, relaciona o segundo termo a uma linha de pesquisa voltada para a conversação como produção compartilhada. Estratégias de envolvimento constituem regularidades evidenciadas na configuração das formas de expressão utilizadas pelo sujeito tanto na modalidade oral quanto na escrita. A ideia de envolvimento foi proposta inicialmente por Chafe (1985), que o classificou em três tipos:

a) envolvimento do falante consigo mesmo (auto-envolvimento): evidenciado pela presença de pronomes de 1ª pessoa e possessivos correspondentes e referências à comunicação do processo mental do falante;

b) envolvimento do falante com o ouvinte (relativo à dinâmica da interação com um interlocutor): ocorre mediante o emprego de pronomes de 2ª pessoa, citação do nome do ouvinte, respostas a questões formuladas pelo interlocutor, uso de marcadores conversacionais⁷ e expressões formulaicas⁸ que explicitem interação;

c) envolvimento do falante com o assunto (compromisso pessoal com o que está sendo contado): uso de vocabulário expressivo, redundâncias e exageros do falante, introdução do presente histórico, uso do discurso direto e emprego de partículas adverbiais modalizadoras.

Para exemplificar o aspecto da interatividade, selecionamos trechos do texto “Gosto não se discute, pesquisa-se”, publicado na Carta Capital em 18 de fevereiro de 2004. A crônica trata das pesquisas realizadas antes do lançamento de novos produtos. Vejamos alguns exemplos de como os três diferentes tipos de envolvimento surgem e deixam explícito o uso de recursos de interatividade (os grifos são nossos):

7 Vocábulos ou expressões fixas estereotipadas, que podem ser desprovidos de seu conteúdo semântico e de função sintática, e que permitem ao falante tomar e iniciar o turno, mantê-lo e encerrá-lo, bem como envolver os parceiros na conversação. São elementos típicos da fala, que funcionam como articuladores das unidades cognitivo-informativas do texto e como elementos orientadores da interação. Seu uso varia muito de cultura para cultura.

8 São expressões linguísticas prontas cujo caráter rotineiro as torna facilmente acessíveis aos falantes e ouvintes nos mais diversos contextos de uso da oralidade e da escrita. Desculpas e elogios são exemplos de expressões formulaicas.

AUTO-ENVOLVIMENTO

Pronomes e verbos em 1ª pessoa	Além de Jesus, <i>arrisco</i> dizer que, hoje, só a pesquisa salva.
Processo mental	Afirmo, e <i>creio que não erro</i> , que muitos restaurantes poderiam melhorar de maneira assustadora se decidissem fazer uma pesquisa.

ENVOLVIMENTO FALANTE/OUVINTE

Pronomes e verbos em 2ª pessoa	Não sei se <i> você </i> já se deu conta de que tudo na vida melhorou de maneira espetacular.
Simulação de diálogo direto com o leitor	<i>Vai me dizer que você acredita</i> que o cozinheiro decide por um novo produto e o coloca nas lojas?
Marcadores conversacionais	Um supermercado é frequentado exclusivamente por <i> gourmets </i> , por críticos, por profundos conhecedores das artes culinárias? <i>Qual o quê!</i>

ENVOLVIMENTO FALANTE/ASSUNTO

Vocabulário expressivo	A pesquisa é um instrumento que tem bases científicas <i> sólidas e irrefutáveis </i> .
Exageros e redundâncias	Ele é seu <i> predileto </i> , mesmo que não seja. Você adora aquele produto, mesmo <i> detestando-o </i> .
Presente histórico	<i> Hoje </i> podemos contar com as pesquisas.
Discurso direto	E se você, fascinado com a vida, não teve tempo ainda de parar e pensar " <i>por que e como tudo ficou tão melhor?</i> ", vou lhe explicar.

De tudo o que está sendo dito, deve ficar claro que é nos momentos em que quem escreve se dirige ao seu provável leitor que se podem deixar entrever as marcas de interatividade, por meio de recursos como perguntas retóricas, convites explícitos ao partilhamento de uma ideia e uso de dêiticos textuais (palavras cujo uso é relativizado segundo quem as lê, como “aqui”, “eu”, “nós”).

2.2.2.2. Intertextualidade

Além da interatividade com o outro, os textos apresentam indícios da voz do outro em seu interior. Para entender de que forma a voz do outro entra no

discurso, devemos remeter à noção de intertextualidade cunhada por Kristeva (1974), segundo a qual todo enunciado é inerentemente intertextual. Em outras palavras, a autora se baseou nas teorias do dialogismo de Bakhtin para frisar que todo texto é permeado por outros textos, de forma implícita ou explícita. Kristeva considera as dimensões horizontal e vertical da intertextualidade. A primeira, Bakhtin chama de dialogismo, ou seja, a troca intersubjetiva efetuada na prática oral ou escrita. A segunda se refere às, de acordo com Fairclough (2001),

[...] relações [...] entre um texto e outros textos que constituem seus contextos mais ou menos imediatos ou distantes: textos com os quais está historicamente ligado em várias escalas temporais e por vários parâmetros, até mesmo textos que são mais ou menos contemporâneos a ele. (p. 136).

Para melhor entender a noção de intertextualidade, convém adentrar mais fundo no conceito bakhtiniano de dialogismo (BAKHTIN, 1981 [1963]). Não se trata de uma característica eventual da linguagem, mas de um elemento constitutivo de todo discurso e do pensamento humano:

O pensamento humano só se torna pensamento autêntico, isto é, ideia, sob as condições de um contato vivo com o pensamento dos outros, materializado na voz dos outros, ou seja, na consciência dos outros expressa na palavra. É no ponto desse contato entre vozes-consciências que nasce e vive a ideia. A ideia é interindividual e intersubjetiva, a esfera da sua existência não é a consciência individual mas a comunicação dialogada entre as consciências. (p. 73).

Nessa perspectiva, Fiorin (1994) afirma que todo discurso é bivocal e apresenta confronto de vozes. Mesmo que não haja nenhuma citação ou referência explícita, todo discurso repete, reafirma ou contradiz algo que já foi dito. Nada é original, tudo se recria. Não só o passado como o futuro discursivo integram o discurso presente, conforme afirma Bakhtin (1993 [1975]):

O discurso vivo e corrente está imediatamente determinado pelo discurso-resposta futuro: ele provoca esta resposta, presente-a e baseia-se nela. Ao se constituir na atmosfera do “já-dito”, o discurso é orientado ao mesmo tempo para o discurso-resposta que ainda não foi dito, discurso, porém, que foi solicitado a surgir e que já era esperado. (p. 89).

O fato de ser orientado para alguém – seja o interlocutor ou um leitor imaginário – é também constitutivo da dialogicidade de todos os discursos, aspecto diretamente ligado à interatividade. Como afirma Bakhtin (1995 [1929]):

Toda palavra comporta duas faces. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém. Ela constitui justamente o produto da interação do locutor e do ouvinte. Toda palavra serve de expressão a um em relação ao outro. (p. 113).

O dialogismo pode vir aparente (no texto polifônico) ou implícito (no monofônico). Segundo Authier-Revuz (1982), a heterogeneidade discursiva pode ser mostrada (representada explicitamente) ou constitutiva. Para a teórica, a heterogeneidade constitutiva é uma realidade incontornável: é inevitável que um texto esteja repleto de referências diretas e indiretas a outros textos.

Pode-se dizer que a heterogeneidade é resultado da transposição dos estudos de Bahktin em Filosofia da Linguagem para a Linguística. Em alguns estudos, inclusive, os termos heterogeneidade e dialogismo são tomados como sinônimos. Do mesmo modo, chama-se intertextualidade a aplicação da teoria do dialogismo ao campo da Teoria Literária, especialmente em virtude dos estudos de Kristeva (1974). Para a autora, qualquer texto é construído como um mosaico de citações, mesmo que o autor não saiba disso:

Todo texto se constrói como um mosaico de citações, todo texto é absorção e transformação de um outro texto. Em lugar da noção de intersubjetividade, instala-se a de intertextualidade e a linguagem poética lê-se pelo menos como dupla. (p. 63-64).

Depois de frisar que a contraposição entre monológico e dialógico pouco tem a ver com a dualidade entre monólogo e diálogo, no sentido reivindicado pelos formalistas, a autora ressalta que mesmo um diálogo pode ser monológico e um monólogo, dialógico. Tudo vai depender da presença do outro no discurso. Tanto o sujeito quanto a interação estão contemplados na visão bakhtiniana de dialogismo: “[...] O dialogismo bakhtiniano designa a escritura simultaneamente como subjetividade e como comunicatividade, ou melhor, como intertextualidade” (p. 67). Por fim, devemos lembrar que a autora define, como Bakhtin, duas direções dialógicas na linguagem: uma relacionada à interação entre os sujeitos e outra, à interação entre textos. Vejamos:

O estatuto da palavra define-se, então, a) horizontalmente: a palavra no texto pertence simultaneamente ao sujeito da escritura e ao destinatário, e b) verticalmente: a palavra no texto está orientada para o *corpus* literário anterior ou sincrônico. (p. 63).

Para Fiorin (1994), a intertextualidade é a incorporação de um texto em outro⁹. Pode ser polêmica, se se opõe ao sentido do texto original, ou contratual, se o reforça. Muitas vezes, a intertextualidade – chamada por Authier-Revuz (1982), conforme dissemos, de heterogeneidade mostrada – se manifesta pelo discurso reportado, ou seja, o discurso direto, o discurso indireto ou o discurso indireto livre. Todos os três são usados para remeter à fala de outra pessoa, localizada fora do discurso.

No discurso direto, as expressões a que se remete são integralmente reproduzidas, em geral depois do uso dos chamados verbos dicendi (como “dizer” ou “afirmar”) ou de sinais de pontuação como aspas ou travessão. No discurso indireto ou relatado, a fala do outro se incorpora ao discurso do narrador, também pelo uso de verbos dicendi, mas com alterações de tempos verbais e pronomes. Por fim, no discurso indireto livre, ocorre uma mistura dos dois

9 Cabe lembrar que a ironia também tem natureza intertextual, pois em seu discurso ecoa outro. Não se trata simplesmente de dizer algo querendo dizer outra coisa – o intérprete precisa perceber que o texto que ecoa não é semelhante ao texto efetivamente dito por quem produz. Esse tema será mais bem explorado na próxima seção.

tipos de discurso acima citados: as orações subordinadas do discurso indireto são retiradas e uma parte das falas, mantida integralmente.

Tantas referências distintas para abordar o mesmo fenômeno podem gerar certa confusão. Ao fim, cada pesquisador se atém ao termo com o qual tem mais afinidade teórica. O que devemos ter em mente é que, independentemente do termo utilizado, estamos falando aqui da presença marcada da voz do outro no texto. Para nossa pesquisa, optamos por usar o termo intertextualidade. Reproduzimos um trecho de Faraco (2003) que resume bem a ideia do diálogo de vozes no discurso:

Nossos enunciados emergem – como respostas ativas que são no diálogo social – da multidão de vozes interiorizadas. Eles são, assim, heterogêneos. Desse ponto de vista, nossos enunciados são sempre discurso citado, embora nem sempre percebidos como tal, já que são tantas as vozes incorporadas que muitas delas são ativas em nós sem que percebamos sua alteridade (na figura bakhtiniana, são palavras que perderam as aspas). Outras, contudo, estão na nossa memória discursiva como palavras de outrem e como tais são bivocalizadas em nossos enunciados (isto é, nossos enunciados expressam a um só tempo a palavra do outro e a perspectiva com que a tomamos): elas são citadas direta ou indiretamente, são aceitas incondicionalmente ou são ironizadas, parodiadas, polemizadas aberta ou veladamente, estilizadas, hibridizadas. (p. 82).

Para exemplificar de que maneira a intertextualidade aparece no jornalismo gastronômico, utilizamos um trecho do texto “Vintage traz frutos do mar à moda portuguesa”, publicado na Folha de S.Paulo em 26 de fevereiro de 2004:

A nova casa [...] apresenta-se como representante da cozinha do Mediterrâneo, o que talvez pareça mais elegante do que dizer, como seria mais simples (e nada deselegante), que se trata de uma casa portuguesa, com certeza.

A expressão “uma casa portuguesa, com certeza” se refere a uma canção popular, mas também serve para mostrar a certeza do autor quanto à classificação da comida servida, que se diz mediterrânea, conforme a moda do momento. Ele se apropria de um texto anterior bastante conhecido – e, portanto, presente na memória do leitor.

Nota-se também que o mesmo trecho poderia servir de exemplo para a seção seguinte, pois trata-se de um texto fortemente irônico. O autor aproveita para criticar os efêmeros modismos vigentes, que fazem com que seja mais elegante, para os donos do restaurante, referir-se a comida mediterrânea em vez de comida portuguesa.

Para observar mais uma manifestação da intertextualidade no texto jornalístico sobre gastronomia, vamos partir da análise de trecho do texto “Toda comida é afrodisíaca”, da Claudia Cozinha dos meses de janeiro/fevereiro. É a história de uma personagem que chama para o primeiro encontro, em sua casa, um pretendente que havia conhecido apenas por carta ou telefone. Ao ver que o rapaz não tem nenhum atrativo físico, planeja encontrar uma maneira de fazê-lo ir embora o quanto antes – até que ele entra na cozinha e revela seus dotes culinários:

Os cheiros invadindo a casa toda, a boca salivando, a amiga viu o sátiro se transmutar em belo herói, e ela já o queria com todas as suas forças e feromônios.

A autora afirma que o personagem se transmutou de sátiro em herói, remetendo a figuras tradicionais da mitologia grega: enquanto o sátiro era tido como uma assustadora divindade de pés de cabra e chifres que habitava os bosques, o herói tinha como representante principal a figura de Hércules – filho do deus Zeus com a mortal Alcmena, cumpriu todos os chamados Doze Trabalhos de Hércules, incluindo matar um leão com as próprias mãos e vencer o gigante Anteu¹⁰. Ou seja, de um ser de aparência bizarra, tornou-se o responsável por “salvar” a moça com todas as honrarias.

10 Ver BULFINCH, Thomas. 1999. *O livro de ouro da mitologia: histórias de deuses e heróis*. 8. ed. Rio de Janeiro: Ediouro.

2.2.2.3. Ironia

A ironia é um tipo particular de humor em que o enunciador se volta contra a própria enunciação. Tal recurso exige conhecimento prévio de dois discursos distintos para compreensão, uma vez que a ambiguidade essencial do discurso irônico está em aceitar simultaneamente seus sentidos literal e figurado. Dois discursos fazem parte da composição irônica e cabe à memória discursiva do receptor fazer a ligação entre a significação dita literal e a significação irônica pretendida pelo locutor. É o que afirma Brait (1996, p. 81): “diferentemente da mentira, em que a simulação pretende se passar por verdade, o engano irônico se oferece para que o receptor o adivinhe ou perceba como engano”.

Juez (1996) lembra que a ironia – assim como a metáfora, conforme veremos adiante – não é apenas um recurso utilizado na linguagem literária, mas “parte da interação cotidiana e parece acontecer muito frequentemente em conversas familiares ou na linguagem cotidiana, assim como em muitos outros tipos de discurso”¹¹ (p. 35).

A autora recorre à Pragmática para explorar o Princípio da Cooperação de Grice, que afirma que as contribuições de um falante devem ser direcionadas ao propósito da troca com seu ouvinte. Tal princípio é formado por quatro máximas: da quantidade (as informações devem ser suficientes – nem mais, nem menos que o necessário), da qualidade (as informações devem ser verdadeiras), da relevância (as informações devem ser importantes para o que está sendo tematizado) e do modo (as informações devem ser breves, claras e sem ambiguidade).

De acordo com a teoria de Grice, quando essas máximas são violadas, o ouvinte busca o significado por meio de inferências – as quais o autor chama implicaturas conversacionais, em que são incluídos o contexto e o conhecimento partilhado entre falante e ouvinte. Isso não quer dizer, assim, que o falante tem intenção de não cooperar com o ouvinte, mas sim que ele sabe que o ouvinte conseguirá interpretar sua ironia adequadamente.

11 Do original “For irony is not a privilege of literature or literary language; it is part of everyday interaction and seems to occur very frequently in family talk or everyday language as well as in many other types of discourse”, com tradução livre da autora.

É importante destacar que a ironia é uma estratégia poderosa de argumentação. O discurso é propositalmente ambivalente. Em certos casos, o caráter irônico ganha peso ainda maior devido à presença de modalizadores e intensificadores argumentativos.

Apresentamos um trecho do texto “A macrô e a deprê”, da Carta Capital, em 11 de fevereiro de 2004, no qual o narrador visita uma médica macrobiota e se surpreende com suas avaliações sobre sua saúde:

Busquei na memória e acredito – não juro – que devo ter lido em algum momento de minha vida alguns relatos de portadores dos mais hediondos cânceres que se arrepiavam profundamente por ter comido arroz integral que ficara na panela por 43, 45 e até por 50 minutos.

Trata-se de uma resposta à médica macrobiota, que afirmou que o arroz integral deve ser cozido durante cronometrados 40 minutos. O autor ironiza sobre as possíveis consequências de deixar o grão cozinhando durante mais tempo, incluindo doenças diversas. A ironia está justamente na improbabilidade de o arroz causá-las e na falta de racionalidade da exigência da médica.

Em outros textos da mesma revista, como já dissemos, a relação entre ilustração e título da crônica também ajuda a criar um efeito humorístico que complementa a ironia. É o caso de “Gosto não se discute, pesquisa-se”, comentado anteriormente na seção sobre interatividade: a ilustração mostra um casal apreciando taças de vinho numa mesa de restaurante, sendo importunado por um homem com uma enorme pesquisa, cujos formulários se desdobram pelo chão do estabelecimento.



2.2.2.4. Metáfora

A metáfora é um recurso presente em diversos exemplares de jornalismo gastronômico analisados. Usamos aqui a definição de Lakoff e Johnson (1980), para quem as metáforas, em vez de serem meros recursos retóricos, permeiam

a vida cotidiana e o modo de percepção humano, ajudando a definir a realidade do nosso entorno sem que nos demos conta. As metáforas – em que a relação entre o objeto designado e a palavra usada para designá-lo é de semelhança – não são, para esses autores, somente uma questão de linguagem, mas de estruturação de processos mentais. Além disso, são estritamente definidas de acordo com a cultura em que são utilizadas. Ou seja, é comum que uma metáfora considerada óbvia em determinada cultura não faça sentido algum em outra.

Lakoff e Johnson se fundam na Linguística Cognitiva para sua definição de metáfora. Para mostrar como esse recurso vai além da linguagem para penetrar no cotidiano, citam o exemplo da metáfora “discussão é guerra”. Para eles, o que se faz durante uma discussão, de fato, se baseia no conceito de guerra – ou seja, trata-se de um caso de uma metáfora ajudando a estruturar uma ação.

Como nossa realidade social é compreendida em termos metafóricos, assim como nossa concepção do mundo físico é parcialmente metafórica, a metáfora tem um papel muito importante em determinar o que é real para nós¹². (p. 146).

Os autores observam que há dois mitos opostos que devem ser evitados: o da objetividade e o da subjetividade. Segundo o mito da objetividade, o mundo é feito de objetos que podemos experimentar e categorizar. Existe uma realidade objetiva, referida por palavras com significados fixos. Nesse mito, a metáfora surge apenas na literatura e somente o conhecimento objetivo, tido como exclusivamente racional, é levado em consideração. Já no mito da subjetividade, ao contrário, apenas os sentidos guiam nossas ações: os sentimentos e a arte são valorizados, a metáfora é tida como essencial e a objetividade é combatida. Lakoff e Johnson oferecem uma terceira via:

Não existe objetividade absoluta, mas pode haver um tipo de objetividade relativo ao sistema conceitual de uma cultura. [...] O que os mitos da objetividade e da subjetividade perdem é a

12 Do original “Since much of our social reality is understood in metaphorical terms, and since our conception of the physical world is partly metaphorical, metaphor plays a very significant role in determining what is real for us”, com tradução livre da autora.

maneira de entender o mundo de acordo com nossas interações com ele¹³. (p. 193-194).

Para Borborema Filho (2004), os dois estudiosos abriram caminho para uma nova fase nos estudos da metáfora, pois transferiram sua importância da linguagem para o pensamento. Assim, o mero conflito entre os sentidos literal e figurado deixou de ser o tema central depois da difusão da Teoria da Metáfora Conceptual dos autores.

Em estudo sobre o tema, Marcuschi (1978, p. 13) afirma que a metáfora se baseia no efeito-surpresa para obter eficácia, naquele “elemento não-previsto [...] que evidencia um momento de criatividade”. Para Marcuschi, a metáfora não define rigidamente a compreensão – apenas a sugere:

O conhecimento novo que ela nos sugere é fornecido por uma intuição e por um pensamento que não se baseia em comparação alguma e foge à explicação lógica. Neste sentido a metáfora como que produz a comparação e não a fórmula simplesmente: a comparação é, no máximo, um resultado da metáfora e não o contrário. [...] Basicamente, é um sistema cognoscitivo que entra em ação e não uma atividade lógica. (p. 13-14).

A metáfora, então, deixa de ser uma simples figura de linguagem e passa a ser uma maneira de conhecer o mundo – não de forma apenas lógica, mas primordialmente criativa. Marcuschi lembra que as expressões metafóricas acabam por suprir um campo que as palavras não conseguem abarcar apenas com seus significados ditos literais.

Expressões como por exemplo “a recepção foi fria” ou “o dia está triste” dizem muito mais do que se quiséssemos obter, com o mesmo efeito cognitivo, este conteúdo emotivo ou subjetivo através de descrições (literais). (p. 9-10).

13 Do original “Though there is no absolute objectivity, there can be a kind of objectivity relative to the conceptual system of a culture. [...] What the myths of objectivism and subjectivism both miss is the way we understand the world through our interactions with it”, com tradução livre da autora.

Fairclough (2001) também aborda a questão, afirmando que, na análise textual, o pesquisador deve ter em conta que fenômenos como o uso de metáforas escondem escolhas do produtor do discurso. Elas não são uma simples questão de estilo, mesmo quando estão tão arraigadas que são dificilmente percebidas.

Quando nós significamos coisas por meio de uma metáfora e não de outra, estamos construindo nossa realidade de uma maneira e não de outra. As metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e nossos sistemas de conhecimento e crença, de uma forma penetrante e fundamental. (p. 241).

Apresentamos abaixo alguns exemplos de metáfora em um texto publicado em agosto na Gula:

Bistrot na Granja

São Paulo

É triste imaginar um futuro sem a bucólica região da Granja Viana, no vizinho município de Cotia, um enclave de silêncio e verde na fronteira oeste da cidade. Infelizmente, o risco existe - já que tantos outros tesouros de nosso entorno sucumbiram frente ao incontrolável crescimento de São Paulo. Já temos razão suficiente, portanto, para, vez por outra, enfrentar os 13 quilômetros que nos separam do pequeno paraíso e revisitar a Granja com a alma de turista, leve e remoçada. O Felix Bistrot que ali funciona há sete anos insinua ares de renovação. Tem *chef* novo, o francês Alain Uzan, que encabeça a terceira geração de tradicional família dedicada à gastronomia.

Alan aportou no Brasil em 2000 e assinou a criação, por aqui, dos restaurantes Le Bistrot d'Alan e o L'Assiette. Os fiéis *habitués* do Felix, no entanto, não devem se preocupar - o ambiente tranquilo da mansão adaptada à vida de um restaurante mantém-se, com as agradáveis mesas dispostas ao redor de charmosa piscina e do jardim exuberante. Nos bastidores, no entanto, a orquestra requer ainda pequenos ajustes, para torná-la mais uniforme.

Nesta visita, provei como entrada um ótimo escalope de *foie gras* cozido com frutas frescas. Impecável em consistência e equilíbrio. O mesmo não se pode dizer do queijo *brie* gratinado com alho-poró. Infelizmente, ficou devendo em prazer, graças a um descuido - a presença excessivamente tímida do próprio *brie*.

Minha escolha principal, no entanto, não merece reparos: as costelas de cordeiro grelhadas às ervas e acompanhadas de *risotto* ainda estão em minha memória. Deixo como sugestão também outro clássico: camarões ao molho de Provence. A sobremesa escolhida, no entanto, trouxe-me grande decepção. O ravioli de hortelã com salada de frutas estava duro e muito ressecado, derubando por terra qualquer momento de inspiração que tenha levado à sua criação. Feito o balanço, a viagem continua valendo a pena, mas fiquei com a certeza de que a casa deve melhorar com o tempo.

Sílvio Giannini

Felix Bistrot

Avenida José Felix de Oliveira, 555, Granja Viana – Cotia, tel. (11) 4702-3555

Comida ★★ ★

O *chef* tem talento, mas a orquestra requer ajustes

Decoração ★★ ★★

Discreta. Prefira as mesas em volta da piscina, mais agradáveis e charmosas. No frio, há aquecedores externos eficientes

Conforto ★★ ★★

Cadeiras cômodas e boa distância entre as mesas favorecem a privacidade

Ruído •

Silencioso, adequado para almoço reservado ou jantar de casal

Carta de vinhos ★★ ★★

Oferece variedade e qualidade a preços próximos aos de supermercado

Bar ★★ ★

Boa oferta e ambiente de espera agradável

Serviço ★★ ★★

Atencioso e prestativo

Horário

Almoço - das 12 às 15 h, durante a semana

Sábado e domingo - das 12 às 17 h/ Jantar - das 19 às 24 h

Preço \$\$\$

Cartão de crédito: Todos

Manobrista Gratuito

Verificamos a presença de certas metáforas que, de tão comuns, chegam a passar despercebidas pelo olhar do senso comum. É o caso de termos como “tesouros” e “paraíso”. Vamos nos ater, no entanto, ao trecho que se refere à cozinha como “bastidores” e à equipe como “orquestra”. Metáforas desse tipo são comuns na revista. Podemos defender que se trata de um sinal que a Gula trata a cozinha como arte, da mesma forma que alguns dos autores que citamos no capítulo 1. A equipe deve funcionar em plena harmonia, como uma “orquestra”, sem falhas, para trazer dos “bastidores”, a cozinha, a obra de arte final, tratada como uma verdadeira “estrela” – vemos esse termo em algumas críticas, como no trecho “Um balcão de bolos, *muffins* e tortas faz das sobremesas uma das estrelas da casa”, em texto publicado em abril de 2004 sobre um restaurante carioca.

03 | O jantar está servido! – Análise do *corpus*

Analisar as críticas e crônicas do *corpus* da pesquisa e delimitar suas características são os objetivos deste capítulo. Antes de realizar a análise dos textos que compõem o *corpus* dessa pesquisa, traçamos um levantamento histórico de cada coluna fixa para melhor compreender como se encaixa a temática da gastronomia nos veículos em questão – a saber, revistas Claudia Cozinha, Carta Capital e Gula e jornal Folha de S.Paulo. Separamos essa parte do estudo por gêneros e, dentro dos gêneros, por publicação.

Para contextualizar o tratamento dado por cada veículo à questão do jornalismo gastronômico, recorreremos à literatura específica e a entrevistas com editores, críticos e cronistas. Enquanto a bibliografia sobre a Folha de S.Paulo e a Claudia Cozinha – inclusive estudos sobre a revista Claudia, à qual a Claudia Cozinha antes era vinculada – foi de fácil acesso, no caso da Gula e da Carta Capital praticamente só pudemos contar com as entrevistas com os profissionais desses veículos para elaborar o levantamento histórico de cada um, talvez por se tratar de revistas mais recentes. Em todo caso, consideramos essencial nos determos nessa contextualização para buscar a identidade discursiva de cada revista e jornal com relação à prática do jornalismo gastronômico por meio não só da análise das características dos textos do *corpus*, mas também levando em consideração a posição de tais jornais e revistas no mercado, seu público-alvo, seus métodos de produção e outras questões de cunho editorial.

3.1. CRÔNICAS

Na análise das crônicas do nosso *corpus* de pesquisa, encontramos como características linguístico-discursivas comuns aos dois veículos em questão – Claudia Cozinha e Carta Capital – a interatividade e a narrativa. Ambas as características são fortemente relacionadas ao tom subjetivo e intimista desse gênero textual: a interatividade sugere um diálogo com o leitor e a narrativa é o tipo textual mais usado por quem deseja contar histórias. Tais categorias apontam para a crônica como um espaço da subjetividade.

Além desses recursos presentes nos dois veículos, encontramos outros particulares de cada revista. Na seção “Refogado”, da Carta Capital, a ironia é a característica mais marcante do conjunto de textos. Já na seção “Pé na Cozinha”, da Claudia Cozinha, a cronista lança mão da intertextualidade como inspiração para contar suas histórias.

3.1.1. Claudia Cozinha

A revista Claudia Cozinha é filha da revista Claudia, que está no mercado de publicações femininas desde 1961. Teve início como um suplemento encarado e hoje é uma revista independente, que já teve circulação mensal, passou a ser bimestral e, no período de realização desta pesquisa, voltou a chegar às bancas todos os meses.

Há mais de três décadas na revista, assumindo diversas funções, a *chef* da cozinha experimental Bettina Orrico resume a história da publicação e de como a Claudia Cozinha se tornou independente, em depoimento que nos foi enviado pelo repórter Thiago Minami:

A primeira Cozinha Experimental de Claudia foi inaugurada em 1963. Em 1965, surgiu o Jornal de Cozinha, primeiro suplemento da revista com receitas, dicas e dietas em forma de fichas colecionáveis. Em 1988, o Jornal da Cozinha, parte integrante de Claudia, passou por uma reformulação e virou o Suplemento Claudia Cozinha. Em 1993, Bettina Orrico assumiu o controle da cozinha. Em junho de 2000, o suplemento deu origem à revista Claudia Cozinha. Desde maio deste ano Claudia Cozinha está

passando por uma série de reformas – tanto no aspecto gráfico, quanto na pauta, reportagens e receitas¹⁴.

Ao tratar da representação da mulher pela imprensa feminina brasileira, Buitoni (1981) recorda que, no contexto da década de 1970, quando se firmaram algumas revistas voltadas para esse público, periódicos como *Claudia* e *Desfile* se tornaram meros catálogos de mercadorias, com pouco conteúdo jornalístico:

O grosso dessas revistas, além dos anúncios, são matérias de moda, beleza, decoração, com indicações do nome do fabricante, às vezes preço, e endereços nas principais capitais, onde esses artigos podem ser encontrados. A pretexto de “reportagem de serviço”, privilegiam-se fabricantes que anunciam em suas páginas. O circuito está fechado: o conteúdo vende a revista para a leitora (ou a atrai) e a editora vende a leitora para o anunciante. (p. 105).

Para a autora, a vida nas cidades grandes gerou uma demanda por novos produtos e as revistas femininas logo se deram conta desse filão comercial. “Lançam-se edições especiais de moda, beleza, decoração, culinária¹⁵, surgindo

14 Trechos da entrevista realizada com Bettina Orrico por e-mail em outubro de 2005.

15 Observamos que o termo *culinária* é mais usado nas revistas femininas, enquanto *gastronomia* se expande a veículos de interesse geral. Segundo o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, o primeiro termo se refere a “a arte e a técnica de cozinhar, especialmente pratos requintados, sofisticados”, enquanto o segundo remete a “prática e conhecimentos relacionados com a arte culinária” ou “o prazer de apreciar pratos finos”. Já no Michaelis Moderno Dicionário da Língua Portuguesa, tem-se que culinária é a “arte de cozinhar” e gastronomia, a “arte de cozinhar e preparar as iguarias de modo a tirar-se delas o máximo prazer” ou a “arte de escolher e saborear os melhores pratos”. A nosso ver, o prazer é frisado na noção de gastronomia, enquanto a preparação dos pratos recebe maior atenção na noção de culinária.

É curioso buscar também adjetivos relacionados à gastronomia: são eles *gastrônomo* (“aquele que aprecia com gosto e conhecimento os prazeres culinários”, no Houaiss, ou “o que aprecia os bons pratos e procura os maiores prazeres”, no Michaelis), *gourmet* (“indivíduo que é bom apreciador e entendedor de boas mesas, de bons vinhos e se regala com finos acepipes e bebidas”, para o primeiro, e sinônimo de gastrônomo, para o segundo) e *gourmand* (“aquele que ama a boa mesa ou aquele que come em quantidade e/ou com avidez; glutão, guloso” no Houaiss e “apreciador de boa comida; guloso” no Michaelis). Gastrônomo se relaciona ao prazer de comer, ao passo que *gourmet* engloba maior conhecimento sobre o assunto e *gourmand* diz respeito à quantidade exagerada ingerida ao alimentar-se. Gomensoro (1999) concorda com tais definições,

até revistas que se tornam independentes, como é a Casa de Claudia” (p. 105) e, poderíamos completar, a Claudia Cozinha. Em estudo posterior (BUIIONI, 1990), a mesma autora conclui que a imprensa feminina não considera a atualidade um ponto indispensável na hora de definir a pauta de suas publicações:

Na teoria do jornalismo, a notícia situa-se como o elemento básico do fenômeno jornalístico. Notícia está ligada a fato novo. [...] No sentido de registro do fato, a atualidade não está muito presente na imprensa feminina devido a seus conteúdos tradicionais: moda, beleza, culinária, decoração aceitam a ligação com o atual mas não são por ele determinadas. (p. 12-13).

Para a autora, essa é uma característica peculiar ao jornalismo de serviço, mais voltado para a utilidade das informações que para o teor de novidade dos assuntos em pauta: “Não existe uma discussão teórica a respeito da natureza do jornalismo de serviço. [...] A definição parece estar centrada na utilidade com reflexos no cotidiano do leitor” (p. 20). Essa utilidade se mostra, por exemplo, na Cozinha Experimental de Claudia:

Claudia inaugurou um novo estilo de editar moda, beleza, culinária e decoração. [...] A “Cozinha Experimental”, ao testar cada prato cuja receita é publicada, estabeleceu novas relações de credibilidade e utilidade. (p. 49-50).

No mesmo livro, Buitoni afirma que a então editora de cozinha testava os pratos em sua própria casa no início da Cozinha Experimental de Claudia. Em todo esse tempo, muita coisa mudou. É possível acompanhar a evolução do perfil da revista Claudia Cozinha por seus *slogans* mais recentes, publicados

mas sequer traz o termo culinária. Ao que parece, a palavra está em baixa e em seu lugar se usa, como sinônimo, gastronomia.

Citamos um exemplo de uso do termo em um dos textos do nosso *corpus*, cujo título é “Khayyam mantém seu posto entre árabes de alto nível”, publicado na Folha de S.Paulo em 22 de janeiro de 2004. Um trecho da crítica afirma que “no Khayyam, desde a abertura, o ambiente é refinado e a cozinha tem *ares gastronômicos*, com pratos montados à moda européia” (grifo nosso). Ou seja, o autor remete a um requinte e uma precisão técnica aos quais dificilmente a expressão similar *ares culinários* remeteria.

logo abaixo do título da publicação: de “A única revista brasileira que testa todas as receitas em sua cozinha experimental”, em 2000, e do semelhante, mas algo simplificado, “Todas as receitas testadas e com fotos”, em 2004, ao novo “O prazer da gastronomia na sua vida”, em 2005, a Claudia Cozinha parece estar ampliando seu público. Na última reforma gráfica e editorial, incluiu indicações de vinhos para todas as receitas, o que indica um refinamento da antiga leitora interessada apenas em prendas domésticas. As portas estão também mais abertas ao público masculino – basta observar que se procura não mais usar a expressão “leitora”, no feminino. A diretora de redação Gisela Tognella afirma que

A nova revista se destina a um público que gosta de comer e beber bem, que curte fazer pratos especiais para reunir os amigos e a família e que busca serviço e informações sobre gastronomia - sobre os vinhos, sobre os ingredientes que estão em alta¹⁶.

Segundo ela, houve uma demanda do público leitor por mudanças – as informações sobre vinho, por exemplo, eram bastante solicitadas. A dona de casa não é mais a única leitora da revista:

O público masculino vem crescendo e se surpreende muito bem com a revista. A nosso favor, temos as receitas sempre testadas, com fotos, o público (feminino e masculino) sabe que somos a única revista a fazer isso, a ter uma cozinha experimental. Esse é nosso diferencial, é a nossa maior riqueza, o que nos garante nossa alta credibilidade – tanto junto ao público quanto aos anunciantes. A revista é feita para quem quer boa gastronomia com boa informação – não a fazemos para homens ou mulheres. Nós a fazemos para quem curte comer bem, viver bem!

Do outro lado da equação estava a demanda dos anunciantes: “O mercado publicitário também requiritava uma maior agilidade da revista na cobertura

16 Trechos da entrevista realizada com Gisela Tognella por e-mail em outubro de 2005.

do que estava acontecendo no meio gastronômico, anunciantes queriam uma revista mais dinâmica também”.

A cronista Nina Horta, cujos textos para a Claudia Cozinha fazem parte do nosso *corpus* de pesquisa, também escrevia para a Folha de S.Paulo e via uma grande diferença no direcionamento das crônicas dos dois veículos. “Era completamente diferente. Escrevi 18 anos para a Folha e conversava com leitores e sabia perfeitamente quem eram eles. Era um perfil de leitores muito bem definido”¹⁷. Já na Claudia Cozinha, a cronista afirma que havia bem menos resposta dos leitores. A pauta variava de acordo com o que lhe viesse à cabeça. “Tentei pensar um pouco e dar a minha opinião sobre tudo o que eu via”.

A seção da revista Claudia Cozinha que analisamos se chama “Pé na Cozinha”, composta por crônicas escritas por Nina Horta até o início de 2005, quando foi substituída por outro cronista. Suas narrativas, com motes calçados no real, fogem do esnobismo e do texto difícil, como ela escreve em sua coletânea “Não é sopa” (HORTA, 1995), composta por textos publicados nos anos em que trabalhou na Folha de S.Paulo escrevendo sobre o mesmo tema¹⁸:

Foi a Folha a primeira a me dar a oportunidade de escapar do formato rígido da coluna de culinária, ao me deixar falar sobre o que quisesse. Com isso abriu também as portas para todos os outros cronistas de comida presos nas grades da receita comentada. Pude escrever sobre o último livro, um filme, a empregada nova, o torresmo, tudo muito fugaz e rápido, como convém a esta parte do jornal, e do único jeito que sei fazer. Não levantei bandeira séria, mas espero que, pelo menos, esteja clara e patente a implicância solene contra todo tipo de esnobismo associado à comida. (p. 9).

A autora procura manter uma postura lúdica, desprovida de pretensão, divertida e próxima do leitor, como podemos ver no trecho abaixo, retirado do mesmo livro:

17 Trechos da entrevista realizada com Nina Horta por e-mail em agosto de 2005.

18 Depois de um período afastada, a autora voltou a ter uma coluna na Folha de S.Paulo, de periodicidade semanal, em 6 de outubro de 2005.

Espero que se divirtam tanto quanto eu, lembrando sempre das palavras de um cronista de cozinha ao ver a seriedade com que seus colegas tratavam as listas de *in* e *out*, as modas, os restaurantes e suas estrelas. “Pelo amor de Deus, não se esqueçam que não estamos discutindo o destino do mundo livre. É só o *kiwi*, minha gente!” (p. 12)

Depois da contextualização da Claudia Cozinha, vamos dar início à análise. Começemos pela exploração dos dois temas comuns às duas seções de crônicas analisadas: a interatividade e a narrativa. O texto a seguir foi publicado na edição de maio/junho de 2004:

Mesa de novela

O café da manhã é farto, sempre servido em louças caprichadas, na cozinha só se prepara salada de alface e, de noite, dá-lhe prosecco

Tenho prestado atenção no que comem os protagonistas das novelas, quem faz a comida, quem lava a louça só para sentir como nos enxergam os olhos da TV.

A primeira coisa que percebo é a atenção que dão ao café da manhã. Para duas ou três pessoas, mesa bem posta, toalha, flores, jarra alta com muito suco de laranja, arranjos de frutas, mamão em pedaços, cestos com pães, bolos. O que mais me intriga é que o café, o leite e o chá, seja o que for, são servidos em louça igual à das xícaras, com flores azuis ou bordas douradas.

Até acho que um dia já foi assim, e deve ser na casa de muita gente, senão não se venderiam mais jogos completos de chá e de café. Na minha casa não há possibilidade, tudo esfria. Se ponho o café num bule de louça, quando vou servir alguém de novo o café já esfriou. Mistério.

E depois tem a história do guardanapo. Reparem, não deixa de acontecer nunca. Os atores dão uma mordida em qualquer comida, seja pão, macarrão ou bife. Ou bebem um golinho de água e zás, pegam o guardanapo e limpam os lábios e o canto da boca criteriosamente com muito cuidado. Todas as vezes.

Mordida, guardanapo. Por que será que sujam tanto a boca para comer?

De noite, na classe média das novelas, ou na classe alta mesmo, o chique do chique é tomar o espumante prosecco, quando antigamente era uísque. Qualquer que seja o acontecimento, casamento, batizado ou contrato fechado, prosecco neles. O copo é o mesmo do champagne, uma *flûte*, mas não se toma vinho branco nem qualquer outro espumante. É prosecco, assim como se fosse um genérico de champanhe. Pelo jeito se transformou num símbolo de *status* para ninguém botar defeito.

As empregadas são ótimas. Muito arrumadas, atendem a porta e o telefone, mas cozinhar, que é bom, nada. Você algum dia viu uma cozinheira às voltas com um frango engordurado, tentando acertar as juntas com uma faca sem corte? Não, o máximo que fazem é uma salada de alface, que ninguém come para não ter que abrir um bocão na frente do telespectador.

Numa das novelas de maior Ibope, resolveram o problema. Fizeram um bar no bairro e todo mundo come lá. Acabou-se a chateação de ficar cozinhando em casa. De quando em quando uma feijoada, um sambão, mas arroz, feijão e bifinho é no bar.

Bom, sei o que estão pensando: será que esta mulher não tem outra coisa a fazer do que ficar reparando na comida das novelas? Tenho, sim. Vou pegar o meu prosecco.

Diversos trechos mostram que a interatividade é uma das características mais marcantes dos textos da seção “Pé na Cozinha”. A autora, de fato, parece dialogar com o leitor, dando sugestões, perguntando, antecipando possíveis perguntas. As três instâncias do envolvimento, vistas no capítulo anterior, estão presentes: o envolvimento do falante consigo mesmo, desde a primeira frase do texto, em tom confessional (“Tenho prestado atenção”); o envolvimento do falante com o ouvinte, pelas sugestões dos verbos imperativos (“Reparem”) e respostas a possíveis questionamentos do leitor (“Bom, sei o que estão pensando”); e o envolvimento do falante com o assunto, por meio dos exageros (“Todas as vezes. Mordida, guardanapo”).

Vejamos, agora, o texto de março/abril para observar como se constrói a narrativa nas crônicas da Claudia Cozinha:

Comida de cachorro

O velho músculo que frequentava o prato do Rex antes do advento da ração é personagem de livro de chef famoso. E faz bonito

Agora os cachorros comem ração e parece que gostam. Há anos comiam o músculo da sopa. Eu me lembro de ir ao Rio passar as férias na casa de uma tia chique. Na época o prato da moda eram metades de chuchu recheadas com passas. E um dia não é que a tia me pegou, depois de recusar a iguaria, salivando, de olho na comida do Rex?

Era um músculo esbranquiçado, que passava horas na panela com legumes e sal, só, e as fibras se soltavam ao mais leve puxar, em fios grossos, porque assim era gostoso, e não em fatias. Comia-se devagarinho, saboreando o gosto da carne, da carne dada ao cachorro, pois tinha gosto, diferente da sopa que sabia a osso.

Pois fiquei surpresa ao ver o *chef* Daniel Boulud – que já teve o restaurante mais cheio de estrelas de Nova York – fechar e abrir de novo como restaurante austríaco. Não contente com isso, escreveu um livro lindo, não traduzido aqui, e adivinhem qual o prato principal, que no outro dia fiz, com orgulho estrelado. Claro, o músculo! Aos cachorros a ração, o músculo agora é nosso. Igualzinho, cozido, nem precisa dos legumes! Pensei que seria uma homenagem à tia acompanhá-lo com chuchu, mas o livro traz guarnições talhadas no céu.

Todas podem ser feitas sem grandes receitas. Por exemplo, pegue uma maçã e uma pêra, descasque, corte em pedaços médios e ponha as frutas numa calda rala com pouco açúcar só para cozinhar. Deixe esfriar, pesque as frutas, despreze a calda e junte uma colher de condimento forte de mostarda. Uma mostarda de Cremona à preguiçosa.

E sabem o que é raiz-forte, aquela pasta verde que vem com *sushi*, o *wasabi fake*? O molho pode ser comprado pronto, mas você também pode comprar a raiz-forte fresca, descascar e ralar. Juntar depois um pouco de creme de leite para não ficar forte demais, à vontade. E usar também maionese feita em casa, cheia de cebolinha verde, tudo em potinhos ao lado da carne.

Claro que, já tendo surrupiado a comida do cachorro, podemos fazer o que quisermos e servir com batata cozida ou com arroz.

E por falar em Rex, já provaram da ração dele? Não deve ser ruim, pois outro dia uma amiga serviu dela ao tio que a visitou num imprevisito de geladeira vazia, e o tio comeu tudo, colocada em belo prato inglês, com uísque, sem um ai de reclamação, a boa dentadura estraçalhando as pelotas.

Então, nada de vergonhas. Abriu-se em Nova York um restaurante de comida de cachorro e quem somos nós, amantes de músculo, para protestar?

É pela divertida história de quando a narradora, ainda garota, tinha inveja da comida do cachorro de sua tia rica que a cronista compõe o texto para falar que o músculo bovino está em voga nas grandes cozinhas. A narrativa é parte essencial das crônicas, uma vez que podem remeter a situações na vida cotidiana para comentar fatos da atualidade – como o lançamento do livro do *chef*, nesse exemplo. Aqui, a estrutura narrativa cumpre o papel de transportar o leitor para a infância da narradora, ajudando-o a compreender porque ela dá tanta importância à iguaria. Em seguida, uma descrição minuciosa de como o músculo se apresentava na panela, mesclada ao modo como se comia a carne, complementa essa ambientação no assunto.

Na crônica analisada, apesar de breve, a narrativa se apresenta com todas as suas partes constitutivas. O título e o subtítulo conectam a história do cachorro Rex com o livro sobre músculo do *chef* Daniel Boulud. A orientação surge com a introdução da tia chique, do cachorro e de sua comida – o músculo é, pode-se dizer, o personagem essencial da micronarrativa. O desenrolar do fato principal ou a complicação acontece quando a narradora relembra como se sentia ao comer o músculo. Em seguida, quando afirma que “aos cachorros a ração, o músculo agora é nosso”, a autora nos oferece a resolução ou desfecho da história, nesse caso com final feliz, mesmo depois de tantos anos.

A autora compõe o texto com uma série de micronarrativas para falar do músculo: além da historieta sobre o cachorro Rex, fala sobre uma amiga que serviu ração para o tio e sobre o *chef* famoso que defendeu o ingrediente em um livro recém-publicado, fato que toma como base para sua defesa particular

da iguaria. Às narrativas, somam-se as descrições das receitas de acompanhamentos para a carne.

No texto a seguir, publicado na revista de janeiro/fevereiro de 2004, vamos observar a questão da intertextualidade, característica marcante e peculiar da seção “Pé na cozinha”:

Toda comida é afrodisíaca

Um prato bem-feito, composto de contrastes, cores e cheiros, pode, sim, conquistar um homem ou uma mulher

No meses de calor tira-se a roupa com facilidade, os feromônios estão no ar e na tela dos computadores. Eu, pelo menos, recebo dezenas de ofertas de poções mágicas que restaurarão qualquer libido combalida. E reaparece a velha pergunta. Existem comidas afrodisíacas? É possível fazer brotar o desejo de um casal que já vai perdendo o encanto? Minha guru Elizabeth David, escritora de comidas inglesas, diria que cientificamente não existem coisas que se comam e que despertem o desejo. Coisas ruins, explica ela. Toda comida benfeita[sic], cheia de consistências contrastantes, de cores, de cheiros, de sabores, é afrodisíaca. Você pode, sim, pescar seu homem ou sua mulher pelo estômago... Se souber cozinhar.

Isabel Allende completa: “E se for mulher não ouse confessar seus talentos. O homem vai ligar você a uma velha senhora de bigode e bunda grande, grudada para sempre no fogão, fazendo comida para a família. Se sabe cozinhar, pelo menos nos primeiros encontros finja, finja descaradamente que não sabe”.

Na opinião muito engraçada dela um homem na cozinha é um ser *sexy*, que pode transformar-se minutos depois que entra no recinto sagrado e começa a officiar. Conta até a história de uma amiga que conheceu alguém por carta ou internet ou telefone, e o convidou para jantar. Passo perigoso! O primeiro encontro deve ser em um ambiente mais neutro.

Ele chegou, olhos baixos, sabendo o que o esperava, feio, horroroso, uma orelha só, um Van Gogh à sua mesa, ela correu a esconder o bom vinho para candidato mais aceitável, disparou para a cozinha pronta a matar o encontro com um macarrão de

três minutos com molho de lata, que a livraria com a rapidez necessária do incômodo pretendente.

Mas ele chegou antes dela. Pegou a faca, a panela, amarrou o avental na cintura e começou o ritual de um grande cozinheiro, usando seu talento como um pavão usa suas penas. Descobriu na geladeira coisas que ela jamais suspeitara, misturou-as com engenho genial. Contou histórias de como perdera a orelha em meio a canibais perigosos (estou inventando, li há muito tempo).

Os cheiros invadindo a casa toda, a boca salivando, a amiga viu o sátiro se transmutar em belo herói, e ela já o queria com todas as suas forças e feromônios. Saiu voando, acendeu as velas, acionou o som com os velhos sambas de Noel, pediu licença e voltou logo com suas botas pretas de domadora e chicote na mão.

Leia o livro *Afrodite*, de Isabel Allende (Bertrand Brasil, 1999). Não é novo, mas é quente.

Dessa vez, a autora faz uso de referências intertextuais explícitas como inspiração para um texto sobre alimentos afrodisíacos. Da inglesa Elizabeth David, toma a ideia de que uma boa comida pode ser um atrativo na hora da conquista. Da chilena Isabel Allende, reconta a historietta da amiga que se encantou pelo rapaz – antes sem nenhum encanto – depois que ele mostrou seus dotes culinários e a dica de que as mulheres devem fingir não saber cozinhar para não assustar seus pretendentes. Também devemos nos lembrar do exemplo sobre os mitos gregos neste mesmo texto, apresentado no capítulo anterior. A intertextualidade está presente em outras crônicas dessa seção, sempre como uma maneira de tornar a leitura interessante. A autora se deixa falar pela voz dos outros para compor suas histórias.

Encerrada a análise da interatividade, da narrativa e da intertextualidade, vamos voltar nosso olhar para a titulação, aspecto que abordaremos na análise de todos os veículos. Como dissemos na seção de explanação teórica sobre o assunto, os títulos de críticas e crônicas, assim como de outros gêneros do jornalismo opinativo, não se encaixam em regras fixas e podem fazer uso de recursos variados para chamar a atenção do leitor.

Verificamos, na leitura dos títulos das colunas do *corpus*, a presença de quatro das categorias utilizadas para análise (interatividade, metáfora, ironia e intertextualidade) e de mais quatro outras: humor, trocadilho, coloquialidade e duplo

sentido. Há casos em que nenhum dos recursos é utilizado – o título pode ser considerado, então, descritivo ou objetivo¹⁹. Outro ponto que devemos ressaltar é que existem alguns exemplos que fazem uso de estratégias sobrepostas – assim, é mister frisar que a definição das categorias possui efeito didático e não exclui outras classificações. Vejamos abaixo os títulos da coluna Pé na Cozinha:

Mês	Título	Recurso
Jan./fev.	Toda comida é afrodisíaca	Descrição
Mar./abr.	Comida de cachorro	Humor
Maió/jun.	Mesa de novela	Duplo sentido
Jul./ago	A Espanha em alta	Metáfora
Set./out.	Simplifique a vida	Interatividade
Nov./dez.	Natal com novidade	Descrição

Temos aqui alguns exemplos de títulos primordialmente descritivos, como é o caso de “Toda comida é afrodisíaca” e “Natal com novidade”. O título “Comida de cachorro”, por sua vez, revela humor ao tratar de um ingrediente antes desprezado e agora alçado ao patamar dos alimentos chiques. Já o emprego da expressão coloquial “de novela” no título de maio/junho brinca com os dois sentidos da expressão: a autora está, ao mesmo tempo, falando sobre as mesas das telenovelas e constatando que se trata de mesas de novela, ou seja, preparadas com dedicação, mas que não correspondem a situações cotidianas à mesa. Já no texto de setembro/outubro, observam-se no título “Simplifique a vida”, pelo uso do verbo no imperativo, sinais da interatividade tão comum nas crônicas.

3.1.2. Carta Capital

Mais conhecida pela abordagem crítica de temas políticos e econômicos que realiza, a revista Carta Capital publica em todas as suas edições uma seção

19 É essencial frisarmos, aqui, que não estamos defendendo a idéia da linguagem como forma de espelhamento do mundo. Apenas para efeitos didáticos, consideramos que esses títulos teriam um efeito de objetividade em comparação com os outros títulos, que fazem uso de recursos linguístico-discursivos mais sofisticados.

de crônicas sobre gastronomia chamada “Refogado”, a cargo do cronista Marcio Alemão. Publicada pela Editora Confiança, a revista tem periodicidade semanal e foi fundada em 1994 pelo jornalista italiano Mino Carta, que havia passado por revistas como *Veja* e *IstoÉ* e tinha como meta criar um semanário crítico e independente. Para Marcio Alemão, escrever para uma publicação com esse perfil tem vantagens:

Na Carta existe a seção Plural, que aborda assuntos culturais e na qual se encaixa meu Refogado. O fato de ela ser mais conhecida por sua análise política é positivo pois acabo falando com um leitor que busca uma informação mais “sofisticada” do ponto de vista analítico²⁰.

O formato das colunas varia: algumas trazem textos informativos (como a que abordou o pódio dos melhores vinhos segundo a revista especializada *Wine Spectator*), algumas apresentam notas abaixo do texto principal e outras até transcrevem receitas (como a crônica que ensinou como preparar o prato italiano *timballo*). Podem ser ilustradas por fotografias ou ilustrações – estas últimas, curiosamente, retratam uma figura estilizada do próprio autor. Na maioria das vezes, porém, são os assuntos do cotidiano que entram na pauta:

A escolha dos temas vai depender do que aconteceu na minha semana. Posso ter ido a um bom ou péssimo restaurante. Posso ter tomado conhecimento da relação dos melhores vinhos do mundo publicados em uma revista específica. Posso recolher na memória um acontecimento relacionado à gastronomia. Dificilmente preparo matérias com antecedência. Escrevo geralmente às terças e na quinta já começo a pensar no assunto que abordarei na próxima semana. Quando o assunto exige pesquisa, aí é diferente: tudo rola com mais antecedência. A ficção é um artifício de que lanço mão para dramatizar um assunto que, jornalisticamente, não teria o mesmo sabor.

20 Trechos da entrevista realizada com Marcio Alemão por e-mail em julho de 2005.

Ainda segundo o cronista, sua coluna é bem recebida pelos leitores: “Quando deixo de escrever uma semana, o que é raro, logo recebo cartas aflitas”. Em sua opinião, as características principais do seu texto são o humor, a ironia e o desprendimento. “Gosto de questionar o que está na moda e gosto quando as pessoas se divertem ao lerem minha coluna. Não visto e não vestirei a toga do crítico. Gosto de comer e beber, mas gosto ainda mais de escrever”.

Começemos a análise pela interatividade, que, conforme já dissemos, é uma das categorias mais frequentes nas crônicas que analisamos. Como exemplo, um texto da edição de 10 de novembro de 2004 da Carta Capital (mantivemos os grifos e a diagramação do original):

Quixotecas gastronômicas

As ideias do movimento Slow Food são boas, mas não parecem fazer sentido em um país do tamanho do Brasil

Em defesa da cultura que se opõe à padronização alimentar.
Contra a vaca louca e a favor do leite de iaque zen do Tibete.
O feijão canapu é a prova dos nove no reinado carioquinha da globalização tupi-guarani.

O guaraná liga as nações, liga enquanto a Coca aliena, desliga.
Pelo alho vessálico para espantar os vampiros do mundo industrializado.

Só a gastronomia pura nos une.

Só a gastronomia pura nos salva.

E já é tempo de você me perguntar onde quero chegar com esse monte de frases esquisitinhas, panfletárias.

Respondo: sinto-me inspirado pela linha “manifestos” do início do século passado ao tomar conhecimento do movimento Slow Food idealizado pelo italiano Carlo Petrini.

Se você não leu a matéria publicada nesta edição da revista, leia antes de prosseguir.

O senhor citado é chegado em frases de grande efeito e relativo significado.

“Colocamos tudo nas mãos da agricultura massiva e da indústria e não nos preocupamos com mais nada; daí o erro de separar alimentação de subsistência de gastronomia e prazer”.

Bonitas palavras, Petrini! Mas, cá para mim, julgo-as nem de longe providas de qualquer possibilidade de pequena ou mínima penetração.

Deixando de lado o lado manifesto: como alimentar artesanalmente milhares de bocas famintas pelo mundo? Por que se contentar em consumir um arroz agulhinha que lhe custa R\$ 1 o quilo se você pode consumir o arroz vitaminizado de Madagascar por apenas...? (Não sei o preço). A matéria não diz quanto pode custar esse especialíssimo e raro arroz. R\$ 1? Duvido, faço pouco e dou risada. Do agulhinha de um conto para o produto *premium*, aquele arroz famosão, aqui no Brasil o preço dobra. Na Itália, não? O movimento Slow Food está conseguindo levar às massas os fantásticos produtos artesanais pelo preço dos produtos talebans?

Ao levar os índios brasileiros para o grande encontro o que se conseguiu? A meu ver, iludir o pobre silvícola a respeito de suas chances de faturar uma boa grana.

Desculpe, caro leitor, mas hoje a poesia abandonou-me e não consigo enxergar nem com o auxílio dos megatelescópios a menor possibilidade de ter um produto produzido na Amazônia por índios 100% brasileiros sendo distribuído no mundo, com preços competitivos capazes de fazer a frase de Petrini ter algum sentido.

O Petrini merece um Prêmio Nobel. Sua atitude é mais que espetacular e louvável. Mas ele poderia ficar caladinho e assumir que esses camaradas malucos, agricultores, pecuaristas do mundo inteiro que não cederam ao lucro, ao chamado da grande indústria, sempre terão um espaço garantido no mundo da alta gastronomia, que não se importa de pagar dez vezes mais por um produto cultivado com poesia e tradição.

Mas ele não fica quieto e manda uma bazófia atrás da outra: “É horrivelmente classista pensar que só os ricos podem curtir”.

Uau! Essa pérola precisaria virar um pingente no colar das grandes besteiras proferidas por seres humanos. Precisaríamos urgentemente trazer esse senhor para uma temporada rápida de visita a hipermercados no Brasil. Que ele veja a diferença entre a picanha de R\$ 10 o quilo e a de R\$ 30. Que ele prove o azeite de R\$ 15 e o de R\$ 5. Que tente cozinhar *al dente* a massa de R\$ 1 e a compare com a de R\$ 15.

Para resumir: que ele tente montar uma cesta básica com a grana que o nosso povo dispõe. Na sequência, tente repetir, de boca cheia preferivelmente, a mesma frasesinha panfletária: “É horripelmente classista pensar que só os ricos podem curtir”.

Pois é, meu caro Petrini. Aí por essas bandas fica até mais fácil propor esse tipo de “revolução”. Mas chegaste a pensar no tamanho aqui da minha terrinha? Por aí o camarada holandês coloca o passaporte no bolso e avisa a patroa que vai tomar uma cerveja na Bélgica. A patroa aproveita o ensejo e diz: “Traga alguns mariscos pro almoço”. Agora, pense um pouquinho na milhagem que a farinha de mandioca feita pelo índio vai percorrer até chegar em lugares que sabem apreciar uma estupenda farinha, como em São Paulo.

Infelizmente, acabou meu espaço. E, infelizmente, arrisco dizer que o senhor Petrini nunca saiu de sua aldeia e quer mudar o mundo. Nobre, mas melancólico.

Observamos no texto exemplos de interatividade direta – numa simulação de diálogo com o leitor e até com o personagem da crônica. Para que o leitor compreenda do que se está falando, o cronista sugere que ele leia a matéria sobre o assunto na mesma revista, antes de continuar a leitura do “Refogado”.

Além das estratégias de envolvimento do falante com o ouvinte, também sobram exemplos de estratégias de envolvimento do falante consigo mesmo (com uso intensivo da primeira pessoa) e com o assunto (com uso de exageros como “O Petrini merece um Prêmio Nobel” e de exemplos do discurso direto pela inserção de diversas falas do personagem Petrini).

Vejamos, agora, como se comporta a narrativa no texto publicado em 6 de outubro de 2004.

Papinha também é cultura

A menina de 7 anos aprovou o espaguetinho à bolonhesa e o risotinho de frango. Já o estrogonofinho com arroz...

Ela disse que o “estrogonofinho com arroz” tinha cheiro de chiclete. Não concordei, mas não chegamos a discutir. A proposta era fazer uma degustação franca. O que viesse à cabeça. Tradução livre das lembranças e sensações que as colheradas

iam sugerindo ao entrar em contato com a boca, a língua, as papilas gustativas. A prova do nariz também seria considerada.

Associações outras que se assemelhassem ao chiclete não aconteceram nos demais pratos degustados.

A cor do “estrogonofinho” é boa. Concordamos ambos. Lembra de fato a cor de um estrogonofe. A vantagem: não tem creme de leite, é mais leve.

Os pedaços de carne não chegam a ser espetaculares, mas lá estão, em tamanho confortável para ser “mastigados” por boas gengivas. Uma certa acidez foi percebida; ligeira, certamente oriunda da polpa do tomate. Incomodou-me o sabor presente demais do caldo de carne em cubos. Na verdade não contém caldo em cubo, mas, como disse, estávamos livres para externar opiniões.

Cogumelo também não tinha. Cogumelo é assunto delicado para o público-alvo da comida em questão. Quem estiver interessado em incrementar o prato que acrescente os cogumelos.

O sabor, por fim, é bastante razoável. Ela achou que o sabor era de fato bom. Não deu pulos de alegria, mas admitiu que era saboroso. Vale destacar que a foto da embalagem, para variar, não condiz com a realidade. Pouco ou quase nada tem a ver com o conteúdo.

Passamos então para o “espaguetinho à bolonhesa”. O cheiro de tomate, de molho de tomate, foi rapidamente identificado. A cor já apresentava mais mistérios, até porque é difícil determinar qual a cor de um espaguete à bolonhesa. Mais uma vez, e isso eu sei que é um problema meu, senti o molho um pouco ácido. A massa não estava *al dente*, mas o conjunto apresentou um sabor bem semelhante a um verdadeiro espaguete à bolonhesa. Ela gostou mais uma vez. E tanto ela como eu gostamos mais deste espaguete do que de um outro que também degustamos e em cuja receita consta a farinha de trigo duro. O trigo duro não chega a ser percebido e tudo parece ter um gosto não identificado e uma textura por demais farinhenta.

O picadinho de carne teve nossa aprovação e sua receita, bastante rica, surpreendeu-me. Vai couve, batata-doce, chuchu, repolho e nenhum desses ingredientes assume qualquer liderança ou se mostra pernóstico. Não podíamos acrescentar

um arroz branco soltinho, pois nossa proposta não permitia complementos.

Mas campeãozinho, mesmo, foi o “risotinho de frango”. A carne do frango é mais reconhecível, mais óbvia. Logo, quando você identifica claramente um ingrediente e gosta desse ingrediente, o sorriso de satisfação vem fácil. E esse risoto, que também não se apresenta no ponto perfeito, agrada na largada. Minha companheira de degustação, que até então se comportava friamente, chegou a esboçar um entusiasmo ligeiramente maior. Sendo o último da lista e feitas as anotações, acrescentei um pouco de pimenta e acabei papando-o inteirinho. É suave. O mais suave deles. Reconforta, alegre e satisfaz.

Se ainda não ficou claro, esclareço que estávamos diante de vários potes de papinha para bebês. Eu e minha filha de 7 anos.

Comidinhas para bebês a partir do 12º mês. Abre-se a tampa, coloca-se em banho-maria e em poucos minutos está pronto.

Os melhores na nossa opinião foram os da Nestlé. Os da Gerber, com certeza por serem indicados para rebentos menores, a partir do 6º mês, não puderam mostrar seus pedaços, seus bocados e o conjunto feito em papa apresentou, como disse, uma textura muito farinhenta.

E acho extremamente simpático e de boa serventia dar às papinhas os nomes dos pratos. Espaguetinho à bolonhesa é muito mais interessante que macarrão com carne. Dependendo da mão que vai servi-lo, tem muito assunto. O tal aviãozinho que vai entrar na garagem, podemos dizer, veio lá da Itália, de uma cidade chamada Bolonha e por aí se segue, educando através da comida.

O autor conta em detalhes como se deu a degustação de papinhas realizada com sua filha. Como numa degustação às cegas, deixa para o final a revelação das melhores e piores marcas. Complementa a história com um comentário de quão simpáticas são as papinhas com nomes de pratos para adultos, pois podem inclusive servir como forma de educar as crianças.

Compondo o resumo da narrativa, o subtítulo deixa claro que o texto vai tratar de uma degustação realizada por uma menina de 7 anos, enquanto o título já explicita o que o autor vai concluir no final do texto: que a comida

pode ser uma forma divertida de ensinar. A narrativa não apresenta um desenrolar convencional, uma vez que a orientação, com apresentação dos fatos e personagens, só vai aparecer no final do texto. Tal opção estilística não chega a ser um problema para o leitor, pois o desenrolar do fato – a degustação em si – já prenuncia do que se trata. O clímax trata o campeão da degustação. Há uma avaliação geral, com a opinião do narrador e da sua filha, mas todo o texto é permeado por avaliações pontuais sobre os potes de papinha para bebês. Não observamos a presença de um desfecho da história, mesmo porque não há conflitos a serem solucionados. Em seu lugar, aparece a coda, que traz o leitor de volta ao mundo real, ao fazer comentários que são verdadeiras “dicas” que quem está lendo pode aproveitar em sua própria vida, em casa, com seus filhos.

Passemos à categoria micro da ironia, um recurso amplamente utilizado na seção “Refogado”. Usaremos o texto a seguir, de 5 de maio de 2004, como exemplo, mas lembramos que há vários outros que também fazem uso dessa estratégia, cujo efeito principal é o humor:

Portaria 2.535

Uma notícia para tranquilizar quem frequenta restaurantes em São Paulo: os cozinheiros estão proibidos de cuspir sobre os alimentos

As novas exigências da Vigilância Sanitária de São Paulo, também conhecidas como Portaria 2.535, estão deixando donos de bares e restaurantes de cabelos em pé. Até aí tudo bem, desde que esses cabelos estejam cobertos por uma touca ou um chapéu.

Além do básico esperado, como manter as mãos limpas, unhas curtas, asseio do local, separação do lixo, temperatura correta para conservação dos alimentos, a portaria traz algumas pérolas.

É proibido o uso de adornos: colares, anéis, alianças, pulseiras, fitas (deve ser a do Bonfim), relógio e *piercing*. Alguns deles podem vir da rua contaminados, imagino. Imagino também que se chegou a esse texto após milhares de ocorrências que comprovaram que a contaminação do alimento era proveniente de brincos, colares e *piercings*. O *piercing* no umbigo deve ser o grande vilão da saúde pública, não tenho a menor dúvida.

Não comentam a respeito do uso de óculos. Não chega a ser um adorno, mas na categoria “objetos que chegam da rua repletos de germes”, os óculos deveriam ser proibidos.



A lei também proíbe que as pessoas que manipulam os alimentos cantem, assobiem, tussam, espirrem, chupem bala, mascuem goma (o popular chiclete), palitos, fósforos, fumem, comam e falem. Também não é permitido tocar o corpo. Caso sinta coceira, procure um batente, um canto de fogão ou saia da cozinha, dispa-se, coce-se e, depois de tomar um banho, retorne ao local de trabalho.

O que me deixou mais tranquilo foi saber que está proibido cuspir sobre os alimentos. Essa prática de cuspir na comida para, às vezes, dar um temperinho extra e pessoal agora deverá ser abolida. Chupar bala também sempre foi uma coisa que me incomodou em pessoas que manipulam alimentos e o chiclete, como dizia um antigo professor, é coisa de cafajeste.

Com relação aos palitos e fósforos, também estou de pleno acordo, pois todo mascador dessa categoria de produto mais cedo ou mais tarde cospe um fiapo de madeira. Cantar, assobiar e conversar/falar, francamente, não se faz necessário nem tampouco é desejado que aconteça em uma cozinha. Creio que uma canção interpretada com a *bocca chiusa* possa ser aceitável. Mas um dó de peito que irá expelir milhões de germes, não.

O não falar vai demandar um conhecimento da linguagem dos surdos-mudos, que deverá constar do currículo inclusive das escolas. A mímica também pode emprestar à cozinha momentos de entretenimento. Imagine um *chef* tendo de imitar um pato para o seu cozinheiro e tendo de explicar que o mesmo deveria estar menos passado. E para tornar a brincadeira mais divertida, lembremos que não se pode tocar o corpo. E imagine que tremenda complexidade: a brigada da cozinha não vai poder chutar e dizer em voz alta: “É pato! Não, é perdiz! Angola, galinha-d’angola?” Tudo isso deverá ser feito por sinais.

Os *sushimen* vão ter problemas. Se não estiverem usando máscaras não poderão nos saudar na entrada. Por falar nisso, quem se senta no balcão não está muito próximo do alimento? Eu imagino que sim e no balcão, doravante, deverá ser proibido falar, conversar, rir, assobiar, etc.

Deixando agora de lado as possibilidades cômicas que a lei evoca, não posso deixar de torcer para que os 30 fiscais da Vigilância Sanitária consigam realizar a inspeção nos 70 mil estabelecimentos do município. E é um trabalho que deve ser feito com o máximo rigor, pois a saúde de milhões de paulistanos que não têm acesso às grandes, sofisticadas e higienicamente corretas cozinhas dos grandes restaurantes depende disso.

É muita gente comendo fora e muita gente com pouco dinheiro. E o pior: tem muito comerciante que, por cobrar pouco, oferece lixo a seus clientes. E o cliente que paga pouco costuma se conformar. Não se conforme, não. Denuncie através do telefone 156. A máxima popular “é pequena, mas é limpinha”, deve ser aplicada em qualquer cozinha aberta ao público.

A ironia permeia o texto, pois o autor brinca o tempo todo com os sentidos que se encontram nas entrelinhas. Ele joga com a expressão coloquial “ficar de cabelo em pé”, ou seja, assustado, horrorizado, amedrontado, e com a afirmação da portaria de que todos devem usar touca para evitar que os cabelos caiam sobre a comida.

Em seguida, o cronista afirma que a proibição de usar brincos e *piercings* deve ter sido ocasionada por várias ocorrências negativas envolvendo tais adornos. Obviamente, a declaração de que “o *piercing* deve ser o grande vilão da saúde pública” – à qual o autor faz questão de acrescentar que “não tem a menor dúvida” – é pura ironia, pois o leitor imediatamente sabe que tal afirmação não condiz com a realidade.

O autor também brinca com a proibição de cuspir nos alimentos – afinal, é óbvio que isso não se faz, muito menos numa cozinha profissional. Por fim, o cronista sugere que as escolas de cozinha insiram em seus currículos aulas de linguagem para surdos-mudos, uma vez que até falar é proibido segundo a nova portaria.

É interessante observar, ainda, que notamos aqui a presença de uma espécie de moral da história, ou seja, de um recurso da narrativa que apresenta uma posição mais séria, em oposição ao restante do texto, baseado no humor calcado na ironia. Nesse caso, o autor conclama os leitores a denunciar qualquer cozinha que não preze pela higiene, a despeito das recomendações hilárias da nova portaria. Na análise da narrativa, podemos chamar trechos como esse

de coda, seção responsável por trazer o leitor de volta ao mundo real. Assim, depois de se divertir com a narrativa irônica, o leitor percebe que tal portaria traz implicações para a sua vida e a de todas as pessoas que comem fora. Cabe a cada um essa fiscalização.

A titulação da coluna também se mostrou bastante rica em recursos, como podemos ver nos quadros abaixo:

TROCADILHO

Data	Título
18/02	Gosto não se discute, pesquisa-se
03/11	Sucesso se escreve com \$
08/12	O peixe tá jovem?

DUPLO SENTIDO

Data	Título
10/03	Quando o texto legal não é legal
11/08	Quando a receita vira receita

HUMOR

Data	Título
19/05	Tem que ser da estação. E não vale a do metrô
23/06	McArroz Integral Feliz
04/08	Pato Donald com laranja?

COLOQUIALIDADE

Data	Título
04/02	É melhor a gente dar um tempo
11/02	A macrô e a deprê
14/07	Não me conformo...
01/09	Ele voltou. O bom e velho uísque
15/09	Tem quem goste
29/09	O peixe tá fresco?
27/10	A gente ouve cada uma

INTERATIVIDADE

Data	Título
28/01	Uma capital gastronômica?
14/04	Faça suas apostas
28/04	Timballo – já provou?
26/05	Paranóico, eu?
16/06	Prescrevo uma sugestão
22/09	Ervilha saborosa? Agora tem

INTERTEXTUALIDADE

Data	Título	Referência
25/02	Humildade, ainda que tarde	Bandeira mineira: Liberdade ainda que tarde
24/03	A divina comédia gastronômica	Obra de Dante Alighieri: A divina comédia
31/03	O purgatório	Idem
07/04	O paraíso	Idem
21/07	In mug we trust	Dólar americano: In God we trust
28/07	In fat we trust	Idem
10/11	Quixotescas gastronômicas	Obra de Miguel de Cervantes: Dom Quixote

A partir desses exemplos, observamos que o autor usa expressões coloquiais, trocadilhos, duplo sentido e humor, marcas registradas dos seus textos, também no títulos. Tais recursos são utilizados para seduzir e envolver o leitor. A interatividade e a intertextualidade também aparecem.

3.2. CRÍTICAS

Ao contrário do que aconteceu na análise das crônicas, na observação das críticas não encontramos aspectos comuns às seções Mundo Gourmet, da Folha de S.Paulo, e Gula Indica Restaurantes, da Gula. Ao contrário, as críticas dos dois veículos apresentam fortes distinções: enquanto o jornal prima pelo uso da ironia e da narrativa (não como forma de contar histórias, como vimos anteriormente, mas como contextualização dos restaurantes), na revista os recursos da interatividade e da metáfora se sobressaem.

Acreditamos que tais diferenças não ocorrem por acaso, conforme veremos nas entrevistas com críticos e editores dos veículos: o público-alvo da Gula é o *gourmet*, enquanto a Folha de S.Paulo é voltada para uma audiência bem mais ampla – assim, cabe ao crítico apresentar em que contexto os restaurantes se inserem por meio da narrativa. A Gula, por supor que o seu leitor tem conhecimentos sobre gastronomia, dispensa explicações detalhadas sobre pratos e restaurantes, dialogando com o leitor de igual para igual.

Ao final da exploração dessas características, vamos ver como se comporta a titulação, como fizemos com as crônicas, pois essa categoria pode nos fornecer pistas para a compreensão de cada um dos veículos estudados.

Antes de dar início à explanação das seções, consideramos conveniente apresentar um texto de cada uma delas sobre o mesmo restaurante para que se perceba, de antemão, algumas das diferenças linguístico-discursivas das publicações em questão. O primeiro texto é da revista de setembro e o segundo, do jornal de 12 de agosto:

Italiano encantador

São Paulo

Vale a pena conhecer o mais novo restaurante de cozinha italiana em São Paulo. Chama-se Piselli e abriu as portas em agosto no lugar do Bistrô Cocagne, nos Jardins. O ambiente é simpaticíssimo - rústico, claro e bem iluminado. Durante o dia impera a luminosidade natural, num efeito muito agradável. À noite, focos bem posicionados contribuem para o clima acolhedor do salão, que acomoda sessenta pessoas. Há outros quinze lugares no terraço. As fartas referências ao mundo de Baco se explicam: um dos sócios da casa é o experiente *sommelier* Juscelino Pereira, que trabalhou no Gero por dez anos. Quem gosta de vinhos tem na casa um porto seguro. Há boa seleção do Novo Mundo e do Velho Mundo, com pendência para os italianos.

O cardápio agrada. Reúne pratos de diferentes regiões, receitas elaboradas e outras mais simples, incluindo até alguns sanduíches e *pizzette*, pedaços de *pizza* como a de alecrim e sal grosso, que serve como ótima entrada. Entre os *antipasti*, as azeitonas empanadas recheadas com linguiça fazem bonito. Na

ala principal, impecável risotto de rabada com agrião, ótimo *spaghetti alle vongole* (com matéria-prima fresquíssima), bom *stracotto* com purê de batata, entre outros pratos de peixe, carne e massa. Tudo benfeito[*sic*], com promessa de ficar melhor, passado o período inicial. A contar pelo movimento constante no almoço e no jantar, desde a inauguração, tudo indica que o Piselli veio para ficar.

Patrícia Ferraz

Piselli

Alameda Padre João Manoel, 1253 – Jardins, tel. (11) 3081-6043

Comida ★★★★★

Cardápio fácil de agradar, com grandes acertos e alguns pratos necessitando pequenos ajustes

Decoração ★★★★★

Acolhedora e de bom gosto, com paredes brancas, toalhas claras e simpáticas referências ao vinho, como uma parede recoberta por garrafas vazias

Conforto ★★★★★

Cômodas cadeiras de madeira; a pequena distância entre as mesas não chega a incomodar

Ruído •

Silencioso

Carta de vinhos ★★★★★

Variedade e qualidade

Bar ★★★★★

Boa oferta de drinks, *whiskies*, *grappe* e cachaças

Serviço ★★★★★

Atencioso e prestativo

Horário

Domingo a terça-feira - das 12 às 24h

Quarta a sábado - das 12 à 1h

Preço \$\$\$

Cartão de crédito: Todos

Manobrista: R\$ 7

Novo, Piselli serve cozinha italiana refinada e informal

Josimar Melo

Colunista da Folha

Já respondendo de cara aos que, conhecendo a origem do restaurante Piselli (que acaba de abrir), estão curiosos por saber: sim, ao se deparar com sua boa comida, seus vinhos e sua equipe, é impossível não lembrar o Gero, a casa da família Fasano onde Juscelino Pereira, agora alma da nova casa, militou durante os últimos dez anos.

Até o público é parecido, *habitués* que correm para ver a novidade. A semelhança está principalmente na cozinha italiana tradicional elaborada com requinte. Mas há diferenças. O Piselli é pequeno, junta pequenos grupos mais do que a feérica festa de celebrações que o Gero abriga. E tem um forno à lenha de onde saem minipizzas e sanduíches.

A carreira de Juscelino, 35, começou no restaurante de um amigo, passou pelo Jockey Club, pelo Saint Peter's Pier. Em 93, tornou-se assistente de *sommelier* do Fasano e, no ano seguinte, *maitre* e *sommelier* do Gero, onde conquistava a clientela com simplicidade e simpatia.

Para o Piselli, que ele criou com sócios-investidores, trouxe vários membros da equipe com a qual trabalhou esses anos, como seu irmão Júlio (um dos cozinheiros) e os *sommeliers* Bonfim e Fabrizio.

Os cardápios são concebidos por ele mesmo. Há *panini* (sanduíches de massas de *pizza*) com atum, azeitona e agrião; massas como *cappellacci* com recheio de vitela ao molho do assado; pratos como *stracotto* (carne assada no vinho, servida com purê de batata).

No peixe, falta suculência; nos vinhos, há uma oferta variada e também criteriosa. São ainda os primeiros dias, mas já é um bom começo.

Cotação: \$\$\$ Avaliação: ★

Restaurante: Piselli

Endereço: r. Padre João Manoel, 1.253, Cerqueira César, São Paulo, tel. 0/xx/11/3081-6043

Funcionamento: de domingo a terça, das 12h às 24h; de quarta a sábado, das 12h à 1h

Quanto: entradas, de R\$ 15 a R\$ 34; pratos principais, de R\$ 18 a R\$ 41; sobremesas, de R\$ 7,50 a R\$ 20

A diferença de direcionamento dos dois veículos é clara. No texto da Gula, notam-se traços de interatividade (como em um convite ao leitor para conhecer a casa), adjetivação farta (o superlativo “simpaticíssimo” é um bom exemplo, assim como a descrição dos pratos) e metáforas (como “porto seguro”). O crítico da Folha de S.Paulo, por sua vez, opta por maior didatismo: faz uma breve narração introdutória ao personagem Juscelino Pereira e prefere descrever os pratos de maneira mais precisa, explicando termos que possam ser desconhecidos do leitor (como *panini* e *stracotto*) e evitando usar tanta adjetivação.

Depois desse breve resumo das características individuais de cada veículo, vejamos como se comporta cada uma das seções de crítica com exemplos específicos.

3.2.1. Folha de S.Paulo

De acordo com o Novo Manual da Redação (1992), a Folha nasceu em 1921, sob o comando dos jornalistas Olival Costa e Pedro Cunha. A publicação era vespertina e se chamava Folha da Noite, com público focado nas classes médias urbanas e no operariado. Quatro anos depois, surgiu o vespertino Folha da Manhã. Em 1931, ambos foram comprados por Octaviano Alves de Lima, Diógenes de Lemos e Guilherme de Almeida e passaram a se direcionar aos agricultores paulistas.

A empresa adquiriu seu nome atual – Folha da Manhã S/A – em 1945, quando o controle acionário passou para as mãos de José Nabantino. Aos dois jornais anteriores, juntou-se a Folha da Tarde, em 1949. O caderno cultural Ilustrada, onde hoje se encontra a seção de gastronomia, começou a circular em 1958 (FOLHA ONLINE, s.d.1). Todos se voltaram novamente para o público inicial e se fundiram na atual Folha de S.Paulo em 1960. Até hoje, há três estrelas junto ao logotipo do periódico para simbolizar os três jornais.

Os empresários Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho compraram o jornal dois anos depois. Foi apenas na década de 1980, no entanto, que a Folha de S.Paulo se tornou o diário de maior circulação no país. O Novo Manual da Redação afirma que “a Folha é um jornal feito em São Paulo com irradiação nacional, que se propõe a realizar um jornalismo crítico, apartidário e pluralista” (1992, p. 13). No projeto editorial divulgado em 1997, o jornal

propõe realizar uma “abordagem aprofundada, crítica e pluralista, texto didático e interessante” (FOLHA ONLINE, s.d.2).

O jornal de maior circulação nacional possui uma parte de seu caderno cultural *Ilustrada* dedicada à gastronomia. No período selecionado para análise, ou seja, 2004, tal espaço ocupava meia página às quintas-feiras. Ao final da pesquisa, a seção havia crescido e trazia duas críticas em vez de uma, além de notas e matérias extensas sobre o tema, ocupando duas páginas inteiras – ou seja, o espaço destinado à gastronomia havia quadruplicado na *Folha de S.Paulo*. O então editor da *Ilustrada*, Cássio Starling Carlos, afirma que a decisão de aumentar o espaço da gastronomia no caderno foi acertada:

Foi uma aposta que tomou por base um interesse que julgávamos comum. São Paulo é considerado um centro gastronômico, e o consumidor das novidades na área coincide de certo modo com o perfil do leitor da *Folha*. Hoje julgamos a decisão acertada porque pesquisas parciais com o leitorado apontaram aprovação às mudanças²¹.

Essas pesquisas servem para dar voz ao que ele chama de “demanda muda”, uma vez que “o leitor não tem o hábito de se manifestar sobre o que sente falta. Quando nos escreve é apenas para criticar determinado ponto de vista ou para apontar erros de informação”. O crítico Josimar Melo²², responsável pela seção “Mundo Gourmet”, atua na área de gastronomia desde a década de 1980 e também afirma não receber muitas sugestões, mas comentários sobre o que já foi escrito.

Especificamente em relação às críticas, Cássio Starling Carlos diz que elas se baseiam em duas necessidades do leitor: novidade e preço. É curioso notar como essas duas características dizem respeito a duas importantes noções do fazer jornalístico discutidas anteriormente: a questão da novidade na hora de definir as pautas não somente das notícias objetivas, mas também das críticas opinativas (como vimos no capítulo 2); e a questão do serviço, tema de que tratamos quando falamos das revistas femininas (neste capítulo 3, na seção sobre

21 Trechos da entrevista realizada com Cássio Starling Carlos por e-mail em setembro de 2005.

22 Trechos da entrevista realizada com Josimar Melo por e-mail em outubro de 2005.

a Claudia Cozinha). Josimar Melo explica como define os locais que entram em pauta em suas críticas:

Hoje em dia a divulgação dos restaurantes está bastante profissionalizada, a grande maioria contrata assessorias de imprensa que envia aos jornalistas *press releases*[sic] anunciando a abertura do restaurante. Eu recebo dezenas, assim como tenho também informações passadas por amigos ou colhidas em outras fontes (lugares que vejo por acaso, notas que leio em outras publicações, amigos que me avisam etc.). Para fazer a crítica, tento usar o critério de relevância e de variedade. Se o restaurante é de um *chef* conhecido, ou de um *restaurateur* importante, ou fica num local de tradição gastronômica, isso tudo pesa; ao mesmo tempo, tento variar as especialidades, para não escrever semanas seguidas de pizzaria ou de *sushi*.

Por escrever num grande jornal, Josimar Melo busca equilibrar o tom das críticas para atender do leigo ao conhecedor – ou, como ele prefere chamar, o apreciador, “que não significa que seja um grande entendedor, mas sim alguém que se interessa pelo assunto, tem curiosidade de conhecer novos restaurantes”. Às informações mais gerais, junta outras mais especializadas, “para instigar no leitor a vontade de conhecer e aprender um pouco mais”.

Eu não gosto de encarar a imprensa como um “espelho” do público, algo que se detém exatamente no padrão de conhecimento do público e se conforma com ele, mas sim como algo que pode ajudar o público a aprender um pouco, a ir adiante.

O jornalista considera importante o papel da crítica na formação do público apreciador de gastronomia, como podemos ver no trecho a seguir:

Acho a crítica fundamental. Eu me coloco como leitor: adoro ler críticas de cinema, por exemplo, porque me trazem informações e análises que eu, como não especialista no assunto, provavelmente não teria tempo nem dedicação para levantar. Acho que o público, que vê tantos anúncios de restaurantes, merece ter também uma opinião distanciada, isenta, mais técnica, sobre estes mesmos restaurantes, o que pode ajudá-lo a escolher.

Não esqueça que comer fora em São Paulo, especialmente num bom restaurante, costuma ser caro; acho que o consumidor sai ganhando se pode, antes de investir este dinheiro, ter um pouco mais de noção sobre o que estará fazendo, e se o dinheiro gasto pode redundar no prazer que ele espera.

O crítico diz que, nos anos 1980, o pouco que se escrevia sobre gastronomia era quase ficcional, festivo, hiperbólico. Ele optou por seguir a linha contrária e se ater a um estilo mais descritivo e distanciado. “Isso deve ter tirado o tom de alegre entusiasmo do meu texto, mas ele certamente ganhou em informação e credibilidade”. Raramente se observam, em seu texto, recursos como o uso de primeira pessoa (seja do singular ou do plural), por exemplo.

A seção que vamos analisar traz críticas de restaurantes, que mesclam a objetividade da descrição das casas e a subjetividade da opinião sobre o local e os pratos. Ao final, todos os textos trazem uma “ficha técnica” com cotação de preços (expressa em cifrões, que podem variar de um a quatro), avaliação (expressa em estrelas – ou falta delas – para expressar ruim, regular, bom, ótimo e excelente), endereço, telefone, horário de funcionamento e faixa de preços das entradas, pratos principais e sobremesas, com os valores dos itens mais baratos e mais caros do menu em cada uma das três seções.

A categoria de nível micro mais utilizada na seção é a ironia. Vamos exemplificá-la com dois textos, de 1 e 15 de janeiro:

Hambúrgueres do Joe & Leo’s fogem da simplicidade

Josimar Melo

Colunista da Folha

É curioso que São Paulo, que sedia boas casas de hambúrgueres (não me refiro, claro, às redes norte-americanas), importe uma casa de hambúrgueres do Rio de Janeiro. Não que ela pareça carioca: a Joe & Leo’s, inaugurada há um mês no shopping Villa-Lobos, faz tudo para parecer americana, no balcão típico dos bares de lá, no cardápio onde petiscos são «appetizers» e bebidas, «beverages», e na decoração das paredes e do cardápio, evocando esportes como

beisebol e rúgbi. Mas vem do Rio mesmo, onde foi fundada há dez anos e faz sucesso em dois endereços.

A São Paulo ela foi trazida pelos empresários Paulo Batista e Antonio Augusto de Souza, repetindo a fórmula da matriz. São 18 tipos de hambúrgueres, dos tradicionais a especialidades como o Joe di Maggio, criado pela *chef* carioca Flávia Quaresma: *cheeseburger* de picanha, calabresa e temperos (parmesão, alecrim, salsa, manjerição e orégano), coberto por *mozzarella* de búfala, com folhas de agrião e *radicchio*. Escapa da simplicidade do bom hambúrguer, mas é saboroso, ao mesmo tempo em que não exagera na mistura de ingredientes (ao contrário do San Diego, um hambúrguer salada coberto por *champignon* e cebola *sautéé*).

Há também opções vegetarianas (como o hambúrguer de lentilha, nozes, cenoura, abobrinha e gergelim); todos os sanduíches podem ser acompanhados por um molho à escolha, entre seis opções (como tártaro, *mango chutney*, *barbecue*). O bar tem chope e um número de destilados e coquetéis apreciável para uma lanchonete - embora fraco em vinhos (atenção Joe e Leo, americanos já bebem vinhos, e bastante).

Cotação: \$\$ **Avaliação:** regular

Restaurante: Joe & Leo's

Endereço: av. das Nações Unidas, 4.777 (shopping Villa-Lobos), Alto de Pinheiros, São Paulo, tel. 0/xx/11/ 3024-4150

Funcionamento: diariamente, das 11h30 às 22h

Quanto: entradas, de R\$ 6,90 a R\$ 12,40; sanduíches, de R\$ 15,90 a R\$ 20,90; pizzas, de R\$ 16,90 a R\$ 19,20; sobremesas, de R\$ 6,90 a R\$ 10,90

Sassá Sushi se enquadra entre os japoneses moderninhos

Josimar Melo

Colunista da Folha

A febre da cozinha japonesa na cidade não acaba nunca. A tal ponto que nem sequer é preciso ter japoneses (ou seus descendentes) nos seus restaurantes...

O Sassá Sushi, aberto em setembro no Itaim Bibi, é um exemplo. Nasceu de uma escola de culinária japonesa montada pelo engenheiro Alexandre Saber (o Sassá), de 31 anos. A escola agora funciona dentro do restaurante que ele montou com o amigo e ex-aluno Juliano Valese, 26, que também já dava aulas na escola. Nenhum deles remotamente japonês, como se vê.

O próprio ambiente do restaurante, bem descontraído, incluindo uma enorme mesa comunitária, com capacidade para 14 pessoas, evoca apenas de leve as tradições do Japão: ele se insere mais na leva de sushi-bares, moderninhos e agitados, da cidade.

A impressão é reforçada pela presença, no cardápio, de boa oferta de sushis adolescentes (como chamo aqueles enrolados cheios de ingredientes de influência americana e nomes engraçadinhos), e pelo sistema de rodízio que vigora à noite (junto com o serviço *à la carte*).

Mas no Sassá há ofertas que o diferenciam. Mesmo o rodízio, embora restrinja o pedido de sashimis a cinco fatias, inclui algumas especialidades da casa: *carpaccio* de peixes, lula defumada com abacaxi e empanado de camarão.

Estas fazem parte também do cardápio *à la carte*, junto com *carpaccio* de polvo no molho de hortelã, lula recheada com *shimeji* e *champignon*, ostras no bafo com molho *teriaki*. Ofertas que se somam aos sushis tradicionais, apenas corretos.

Cotação: \$\$\$ **Avaliação:** regular

Restaurante: Sassá Sushi

Endereço: r. Leopoldo Couto de Magalhães, 1.163, Itaim Bibi, São Paulo, tel. 0/xx/11/3078-4538

Funcionamento: de seg. a sáb., das 12h às 15h e das 19h30 à 0h; dom., das 19h30 às 23h30

Quanto: entradas, de R\$ 7,90 a R\$ 24,90; sushis e sashimis, de R\$ 23 a R\$ 78; rodízio (só jantar), R\$ 29; bufê (almoço, seg. a sex.), R\$ 21,90; pratos quentes, de R\$ 11 a R\$ 24; sobremesas, de R\$ 5 a R\$ 9

Em ambos os textos, o autor usa a ironia para falar sobre a identidade dos dois restaurantes. O primeiro, apesar de querer “parecer americano”, com

direito a cardápio em inglês, “vem do Rio mesmo”. Ao final, o autor arremata que se eles realmente quisessem parecer americanos, deveriam incrementar a carta de vinhos, pois lá no Estados Unidos o consumo da bebida vem crescendo.

O segundo restaurante é japonês, mas “nenhum de seus donos é remotamente japonês, como se vê”. Ou seja, trata-se de outro restaurante que quer parecer ser algo que não é de fato. O tom irônico se completa com o comentário sobre os sushis adolescentes, “aqueles enrolados cheios de ingredientes de influência americana e nomes engraçadinhos”, isto é, com receitas bem diversas das encontradas nos restaurantes japoneses tradicionais.

A narrativa, conforme já explicamos, cumpre função bastante específica na seção “Mundo Gourmet”: contextualizar o restaurante ou seus donos no cenário paulistano de gastronomia. Dessa forma, os próprios referentes discursivos da notícia passam a ser personagens de uma micronarrativa. É o que veremos no seguinte texto, publicado em 10 de junho de 2004:

Costela 30 Horas traz a São Paulo a fartura do interior

Josimar Melo

Colunista Da Folha

Quem perambula pelo interior de SP atento para a oferta de boa comida já deve ter topado com o restaurante Costela É o Nome, em Sorocaba. Pois sem perder o jeito interiorano, mas com instalações bem cuidadas, ele chega à capital.

Em São Paulo o nome é outro, Costela 30 Horas. O proprietário é o mesmo: Osmar Migliorini, que há 15 anos abriu sua primeira casa e lá dissemina a fama da costela lentamente assada.

A ideia de vir para São Paulo foi lançada por um cliente que há 11 anos frequentava sua casa, o arquiteto Marcos Cardoso, agora seu sócio na capital.

Numa casa grande na Vila Olímpia, com decoração despojada e uma área privativa, foram construídas as condições para que se reproduzisse a carne servida em Sorocaba.

Longe das vistas do público estão instaladas as grelhas fechadas, dentro das quais as peças inteiras de costela são assadas lentamente - segundo a casa, por períodos que variam de 30 a 72 horas, sempre em fogo brando. Uma vez encerrado o processo,

as peças são dissecadas em diferentes partes, de acordo com os veios da carne e a incidência de gorduras.

O resultado são peças com texturas diferentes da capa externa, que pode ser dura e seca demais, até cortes mais macios, que se desfiam ao toque do garfo. O preço é fixo: o cliente repete quanto quiser tanto a carne quanto os 12 acompanhamentos: arroz, feijão, farofa, feijão tropeiro, polenta frita, linguiça frita, salada de folhas, de maionese... Como num almoço longo e tranquilo além de farto - num sítio do interior.

Cotação: \$\$

Restaurante: Costela 30 Horas

Endereço: r. Cabo Verde, 394, Vila Olímpia, zona sul, SP, tel.: 0/xx/11/ 3846-1280

Funcionamento: dom. e seg.: 11h30/ último cliente; de ter. a sáb.: 11h30/ 16h e 19h/último cliente

Quanto: rodízio: R\$ 22,90 (de seg. a sex.) e R\$ 25,90 (sáb. e dom.); sobremesas: de R\$ 4,50 a R\$ 6,50

Percebe-se qual é o estilo da narrativa dos textos do “Mundo Gourmet”: quando aparece, serve para contextualizar o restaurante no cenário gastronômico de São Paulo e não como uma historieta para atrair o leitor. Como afirmou o autor na entrevista, ele prima pela descrição detalhada e não pela narração. Consideramos que tal recurso tem função primordialmente didática: por se tratar de um jornal de grande circulação, convém esclarecer para o leitor – que pode ser iniciado no circuito gastronômico paulistano ou não – de onde surgiu aquele restaurante. Em outros casos observados, a narrativa serve para contar como veio um prato, por exemplo.

Por fim, voltemos nossas atenções para a titulação da seção “Mundo Gourmet”. Ao contrário do que acontece com as crônicas, observa-se aqui uma forte predominância de descrições objetivas. Dividimos os títulos pelos assuntos por eles destacados: comida, local/ambiente, preço e *chef*. Apesar de os títulos serem primordialmente descritivos, verificamos que a personificação é uma estratégia bastante utilizada para falar dos restaurantes. Fala-se dos locais como se se falasse de pessoas. Vejamos:

DESTAQUE: COMIDA

Data	Título
05/02	Meio Quilo segue bastião do fast-food brasileiro
12/02	Espaço muda, mas cozinha é a mesma no Ici Bistrô
19/02	Trainera volta melhor e aposta em cardápio reduzido
26/02	Vintage traz frutos do mar à moda portuguesa
04/03	Maevva promete cozinha radical, mas não assusta
18/03	Yan tenta retomar gosto pela cozinha asiática
01/04	Cachoeira Tropical mostra como ser vegetariano decente
15/04	Vila Harmonia acerta no ambiente e nas boas pizzas
22/04	Sabuji une clima pacato a uma cozinha inspirada
20/05	Pinus oferece uma cozinha simples e bem pensada
27/05	Kanji cai na armadilha da moda, mas mostra correção
29/07	Sushi de peixaria é a atração no Uo Katsu
05/08	Donna Pamplona leva aos Jardins receita de pizza frita
12/08	Novo, Piselli serve cozinha italiana refinada e informal
26/08	Plaza del Tablao imerge na cozinha espanhola
16/09	Dinho's renova a cara e o cardápio sem sair da grelha
07/10	L'Ami serve a cozinha reconfortante de bistrô
14/10	Pizzaria Paulistana mistura apelo popular e invenções
04/11	Chakras tem ar oriental, mas serve boa cozinha européia
18/11	Parrilla Brasileña reúne na grelha o pior de dois mundos
25/11	Restaurante A Bela Sintra faz bacalhau com perfeição
02/12	Entre massagens, Boa Bistrô tem cozinha que interessa
23/12	Allegra junta pizza e massa como nas velhas cantinas

DESTAQUE: LOCAL/AMBIENTE

Data	Título
11/03	Emilia Romagna tem filial tranquila na Granja Viana
08/04	Toro remete ao clima da mesa elegante da Espanha
15/04	Vila Harmonia acerta no ambiente e nas boas pizzas
22/04	Sabuji une clima pacato a uma cozinha inspirada

03/06	Dentro de franquia, Emporium Plaza consegue bom resultado
10/06	Costela 30 Horas traz a São Paulo a fartura do interior
24/06	Pateo da Luz é alternativa decente em caos de shopping
01/07	Kioto tem pinta de sushibar, mas não escapa do rodízio
15/07	Costanera serve parrilla argentina em ambiente tropical
05/08	Donna Pamplona leva aos Jardins receita de pizza frita
16/09	Dinho's renova a cara e o cardápio sem sair da grelha
23/09	Reformado, Charlô reabre mais caloroso e menos caro
28/10	Hauscafé serve o almoço em meio a carros e jardins
04/11	Chakras tem ar oriental, mas serve boa cozinha européia
02/12	Entre massagens, Boa Bistrô tem cozinha que interessa
16/12	Novo Istanbul realça atmosfera mediterrânea

DESTAQUE: PREÇO

Data	Título
25/03	MoriSushi traz resultado condizente com o preço
23/09	Reformado, Charlô reabre mais caloroso e menos caro
21/10	Girassol do Alentejo tem bacalhau a preços módicos

DESTAQUE: CHEF

Data	Título
08/01	Lola Bistrô traz amostra da nova geração de chefs
09/12	Bistrot Jaú recobra o élan com chegada de novo chef

Como se pode observar, os títulos procuram mostrar, mesmo antes da leitura do texto, o que será destacado na crítica. Quatro foram os fatores predominantes: a comida, a localização ou o ambiente do restaurante, o preço e o *chef* da casa – os dois últimos fatores foram encontrados em menor medida enquanto os dois primeiros se mostraram bastante frequentes. Em certos casos, há mais de um item destacado no título, o que nos levou a repetir alguns deles em mais de uma tabela.

Gostariamos de destacar um recurso recorrente na titulação da seção: é comum a presença de oposição argumentativa no enunciado, ou seja, de uma contraposição de ideias realizada com uso de operadores argumentativos

como a conjunção adversativa “mas”. Consideramos interessante mencionar tal recurso por dois motivos: primeiro, trata-se de uma opção incomum em títulos jornalísticos; segundo, fica claro que o autor descreve e opina ao mesmo tempo. Por meio de estratégias como essa, o título já indica o posicionamento do autor antes mesmo que o leitor inicie a leitura.

Tomemos como exemplo o título “Kanji cai na armadilha da moda, mas mostra correção”, de 27 de maio de 2004. Sem o segundo trecho da frase, justamente aquele que marca a oposição, o título indicaria um local sem personalidade, com avaliação negativa. No entanto, o autor desfaz essa primeira impressão ao dizer que, apesar de cair na armadilha da moda, o restaurante Kanji mostra correção. A avaliação se torna positiva ou, no mínimo, neutra.

Por fim, convém dizer que a metáfora marca presença ocasional nas titulações da seção, mas quando aparece é na forma de metáforas cristalizadas, às quais o leitor já está habituado. As personificações, como frisamos acima, também são frequentes.

Para concluir as análises desta seção, vejamos o exemplo de um texto veiculado em 5 de fevereiro de 2004 para tratar de uma questão que não faz parte das categorias analisadas, mas consideramos conveniente destacar por ser recorrente nas críticas da Folha de S.Paulo:

Meio Quilo segue bastião do fast-food brasileiro

Josimar Melo

Colunista da Folha

Se imagina que eu menosprezo a suposta vulgaridade dos restaurantes de comida a quilo, proclamo que são eles que têm sido a importante salvaguarda, ainda que claudicante, da gastronomia brasileira do cotidiano. Afinal, qual foi a cidadela de resistência ao *fast-food* americanizado, que no Brasil, surpreendentemente, enfrenta dificuldades, alguns deles tendo sofrido estrondoso fracasso?

A verdade é que nossos fast-foods - o sanduíche de mortadela do botequim, a pastelaria, a casa de esfirra[*sic*] - sentiram o golpe da chegada do hambúrguer pasteurizado, concorrência pesada para o horário do almoço, quando tanta gente quer comer rápido e barato. Mas aí surgiu o restaurante de quilo, oferecendo preços

baixos e uma dieta - salada, arroz, feijão, massas... - muito mais próxima da nossa cultura alimentar e muito mais saudável.

Claro que o serviço por quilo é desconfortável (mas o *self-service*, mesmo em hotéis de luxo, sempre é), e nem sempre atento às regras de conservação de alimentos. Mas existem locais como o Meio Quilo, que o casal Marilda e Carlos Augusto Frank mantém há 18 anos (com a participação do filho Frederico Frank, ex-Roanne e Canvas, hoje montando seu bufê). Inaugurado na Lapa e transferido para Santa Cecília, a casa inicia nova vida em Pinheiros.

Mesmo com vicissitudes como a comida que sai do ponto pelo tempo excessivo de *réchaud*, o Meio Quilo serve com dignidade seus pratos (filé de congrio ao vinho branco com uvas frescas e *champignon*, salmão com molho de limão, carne-seca com abóbora, arroz e feijão), mantendo-se entre os bastiões do paladar brasileiro ao alcance do dia a dia[*sic*].

Cotação: \$ **Avaliação:** regular

Restaurante: Meio Quilo

Endereço: r. Tavares Cabral, 134, Pinheiros, SP, tel. 0/xx/11/3812-3209

Funcionamento: de seg. a sex., das 11h30 às 15h

Quanto: um quilo, R\$ 24,90; sobremesas, de R\$ 2,50 a R\$ 3,60

O autor usa o espaço no jornal não apenas para criticar um determinado restaurante, mas também para apresentar ao leitor questões mais amplas ligadas ao setor da gastronomia. No exemplo acima, mais da metade do texto é dedicada a uma discussão sobre as vantagens e desvantagens do sistema de atendimento *self-service*. Além de servirem como introdução às críticas dos restaurantes, trechos como esse cumprem a função de debater temas diversos relacionados à gastronomia, fazendo o leitor pensar sobre o assunto e, ao mesmo tempo, envolvendo-o para ler o restante do texto.

3.2.2. Gula

A revista Gula é especializada em alimentação, mas tem um perfil diametralmente oposto ao da Claudia Cozinha. A gastronomia aqui nada tem de cotidiana: são receitas sofisticadas, informações sobre vinhos e charutos e até viagens com propósitos exclusivamente gastronômicos que marcam presença. O público leitor não parece ser composto por donas de casa, mas por pessoas que gostam de cozinhar e fazem isso por *hobby*, não por obrigação. A jornalista Cristiana Menichelli, uma das críticas da seção “Gula Indica Restaurantes”, resume a história da revista:

O objetivo era e continua sendo divulgar a cultura da mesa e do copo, a gastronomia brasileira e suas cozinhas regionais, a culinária de outros países e tendências mundiais. O mesmo enfoque serve para o vinho. A tiragem mensal da revista é em torno de 55 mil exemplares, o que coloca a Gula em primeiro lugar no *ranking* das revistas de gastronomia brasileiras mais vendidas no país²³.

A revista também se destaca pelos prêmios que concede e eventos que realiza: promove os Prêmios Gula São Paulo, Gula Rio de Janeiro e Gula Belo Horizonte, em que são eleitos os melhores profissionais e restaurantes em várias categorias. Em 2005, juntou-se a esses o Prêmio Gula Curitiba. Quanto aos eventos, destaca-se o Gula & Design, que reúne enogastronomia e decoração, em São Paulo.

Criada em junho de 1992, a Gula traz uma seção exclusiva de críticas de estabelecimentos: a “Gula Indica”, que se subdivide em Restaurantes, Miscelânea (especialidades), Agenda (eventual) e Bar (eventual). Rio de Janeiro e São Paulo são as cidades mais comumente avaliadas, mas há exceções.

Nosso trabalho analisou o material publicado em “Gula Indica Restaurantes” durante o ano de 2004, escrito por autores variados. As críticas são voltadas para um público com um certo conhecimento no assunto – alguns preciosismos são adotados, inclusive, como o uso de termos nas suas línguas de origem (aqui o plural de *pizza* não é pizzas, mas *pizze*, por exemplo). De

23 Trechos da entrevista realizada com Cristiana Menichelli por e-mail em novembro de 2005.

um modo geral, o léxico é específico e costuma dispensar explicações, uma vez que está subentendido que o leitor da revista já está habituado ao tema da gastronomia e ao seu vocabulário usual.

Em seguida, como é comum nas críticas, há uma ficha técnica com informações sobre o local: nome, endereço, telefone, comida, ambiente (desmembrado nos itens decoração e conforto em agosto de 2004), ruído (introduzido no mesmo mês), carta de vinhos, bar, horário, preço, cartão de crédito e valor do manobrista. Tudo é descrito com adjetivos, item por item. O preço varia de um a cinco cifrões, segundo o gasto médio de uma pessoa em refeição com *couvert*, prato principal e sobremesa, sem bebida. A revista destaca, ao fim do serviço, que seus críticos fazem visitas de surpresa, incógnitos e pagam a conta. Levamos esse fator em consideração na hora de escolher a Gula como um dos nossos objetos de estudo, da mesma forma como fizemos com a Folha de S.Paulo.

Dentre as categorias micro encontradas na seção, destacam-se a interatividade e a metáfora. Vamos analisar a primeira categoria nos dois textos abaixo, de fevereiro e abril de 2004 (vale notar que os textos da seção Gula Indica em geral são curtos, às vezes com apenas um parágrafo):

Jantar quase secreto

Rio de Janeiro

Se você é do tipo que adora descobrir cantinhos, tome nota. Em uma das ladeiras do pitoresco bairro de Santa Teresa, no Rio de Janeiro, Márcia Guimarães abre as portas de sua casa para receber privilegiados *gourmets*, que chegam ali por indicação de amigos. Márcia nunca quis abandonar a carreira de psicóloga para virar *chef*, mas improvisou um restaurante, o Chez Marcianita, em sua bela propriedade, que só funciona uma vez por mês. Faça a reserva e confie no menu-surpresa que a psicóloga oferece na primeira sexta-feira de cada mês. O salmão marinado com endívias e pimenta-rosa e o peito de pato com mel e limão, que provei, corresponderam às expectativas - e olha que fiz contagem regressiva desde o dia em que liguei para reservar mesa. Já na chegada, a sensação de “descoberta” e o clima de “se sentir em casa” tomam conta do programa. Há catorze mesas, distribuídas entre o jardim e o interior da residência. São decoradas com

velas e pétalas de rosa. Muitos temperos saem do próprio jardim. Não tenha pressa, nem espere atendimento profissional - são os amigos de Márcia que recebem os clientes. À meia-noite, a sobremesa (no caso, uma *mousse* de chocolate com avelãs) ainda estava sendo servida. Mas vale a pena, é um programa ímpar. Artistas, casais e pequenos grupos comemorando datas especiais frequentam o restaurante. Márcia prefere não divulgar o endereço e continuar acreditando na clientela que descobre o Chez Marcianita pelo boca-a-boca. Então, fica entre nós!

Isabela Caban

Chef Marcianita

Santa Teresa, tel. (21) 2507-9531.

Comida ★★★★★

Menu que muda a cada mês e inclui entrada, primeiro prato, prato principal e sobremesa.

Ambiente ★★★★★

Lindo, e a decoração para o dia do evento, um charme.

Carta de Vinhos ★★

Limitada, mas o cliente pode levar o próprio vinho. A rolha custa R\$ 15.

Serviço ★★★

Amador, com atendimento lento, porém atencioso e simpático.

Horário

Primeira sexta-feira de cada mês, às 21h30, só com reserva.

Preço \$\$\$\$

Cartão de crédito: Não aceita

Manobrista: Não tem

Japonês, mas nem tanto

São Paulo

Se você fosse um empresário decidido a abrir um restaurante japonês, qual seria sua opção? Apostar na linha tradicional e ser mais um entre tantos ou optar pela linha moderninha e... ser mais um entre tantos? Alexandre Miqui resolveu a charada de forma interessante. O Shimo é um lugar de controvérsias: consegue ser tradicional e moderno ao mesmo tempo. Tem arqui-

tetura arrojada, teto retrátil, néon na entrada. O piso inferior é um *lounge* com poltronas e mesas baixas e um sake-bar. No térreo estão o balcão e as mesas comunitárias e o andar superior tem ambiente mais familiar. Por fim, a casa oferece uma culinária japonesa repleta de influências externas. Se valesse uma dica única, não teria dúvida: esqueça o cardápio. Sentado no balcão a escolha fica mais fácil, mas, mesmo se se optar pelos outros ambientes, dê uma passada pelos domínios de Cristiano Mori e Regis Shiguematso. Os dois jovens *sushimen* possuem experiência e talento que se transformam em interessantes experiências culinárias. Aposte nas recomendações do dia. Essa é a proposta do restaurante: novidades sazonais, ou de mercado, que se renovam a cada semana. Faça um *tour*, começando pelo Peru. O ceviche é feito com robalo e linguado marinados em cebola roxa, limão e pimenta, servido com milho americano - que suaviza a acidez do tempero. Viaje em seguida para a Bahia e peça um crocante de siri mole com maionese apimentada. Vá, então, até o Chile e deguste um *red crab* grelhado com um interessante gostinho de manteiga. E termine, é claro, pelo Japão. Ussuzukuri (*sashimi* cortado fino) de robalo com gelatina de molho *ponzu* - uma explosão de sabor na boca e, em seguida, uma degustação de criativos sushis: salmão com raspa de limão siciliano; atum com alho e azeite tostado no maçarico; vieira com ovas. Se ainda sobrou um espacinho, peça como *grand finale* um *sushi* de enguia com molho *tare* que terá um gostinho de surpresa.

Bráulio Pasmanik

Shimo

Rua Jerônimo da Veiga, 74, Itaim Bibi, tel. (11) 3167-2222.

Comida ★★★

Cardápio básico. Invista nas sugestões criativas do *sushiman*.

Ambiente ★★★★★

Moderno e casual.

Carta de Vinhos ★

Modesta. Melhor escolher um *sake* ou cerveja entre as diferentes opções.

Bar ★★★★★

Completo no *lounge*. Bom para namorar!

Serviço ★★ ★

Equipe atenciosa, mas prefira o balcão e divirta-se com a competência de Cristiano e de Regis.

Horário

Almoço, de segunda a sexta-feira, das 12 às 15 horas, e sábado e domingo, das 12 às 16 horas. Jantar, de domingo a quinta, das 19 à meia-noite; sexta-feira e sábado, das 19 até 1 hora.

Preço \$\$\$

Cartão de crédito: CC V, MC, D.

Manobrista: R\$ 5, no almoço; e R\$ 7, no jantar.

Como podemos notar, a interatividade aqui aparece em tom de diálogo íntimo com o leitor – exatamente como se o crítico fosse um amigo que estivesse fornecendo dicas preciosas de algo que não se deve perder. No primeiro texto, narrativas breves como “O salmão marinado com endívias e pimentão-rosa e o peito de pato com mel e limão, que provei, corresponderam às expectativas - e olha que fiz contagem regressiva desde o dia em que liguei para reservar mesa”, com exploração de recursos como o uso da primeira pessoa do singular e da linguagem coloquial, completam o clima de intimidade entre autor e leitor. A autora fornece dicas e ainda pede segredo no final, com o uso da expressão coloquial “Fica entre nós”, como se estivesse de fato dialogando com o leitor.

No segundo texto, que começa com um questionamento ao leitor, predominam os verbos no imperativo, intercalados por descrições detalhadas que ajudam a cumprir a função de convencer o leitor de que vale a pena conhecer os locais mencionados. Afinal, de nada adiantaria simplesmente sugerir sem oferecer maiores detalhes sobre o principal: os pratos servidos no restaurante.

A metáfora também é repetidamente usada como recurso discursivo nessa seção da revista Gula. É o caso do texto a seguir, da edição de dezembro:

Boa notícia lusitana

São Paulo

Com belíssimas instalações, abre as portas em São Paulo um novo e promissor restaurante dedicado à cozinha portuguesa. O A Bela Sintra funciona no mesmo endereço do

extinto Dona Lucinha Jardins, mas uma ampla e bem-sucedida reforma apagou os rastros do antigo estabelecimento. O ambiente claro, contemporâneo e confortável revela-se, entretanto, apenas a primeira das boas notícias que traz a nova casa. As demais vêm do cardápio, repleto de bem executadas sugestões.

O bacalhau é uma grande pedida ali. Surge em receitas já consagradas, como a que tem o adorável nome de “bacalhau nunca chega”. Esse prato, simples e delicioso, leva bacalhau desfiado, batata palha, cebola, presunto, ovos e salsinha. Dizem os portugueses que a receita foi criada para o rei Dom Carlos I (1863-1908), que certa vez chegou de surpresa - e com fome - ao palácio. O cozinheiro, desprevenido, juntou os ingredientes que tinha à mão, misturou-os na panela e serviu ao rei. O soberano gostou tanto do prato que jamais se fartava, por isso lhe deram tal nome. Verdadeira ou não, a história é simpática.

O elenco do A Bela Sintra, porém, vai além das seis “especialidades” de bacalhau. Há diversas opções entre aves e carnes, nesse rol incluídos o picadinho com arroz, feijão, banana, ovo e farofa, e a perna de cordeiro com feijão-branco. Nos peixes e crustáceos, a oferta vai da moqueca ao camarão no *champagne*. Destacam-se ainda um delicioso polvo na catalana, grelhado com bacon, e servido com arroz de brócolis, e o magnífico arroz de codornizes com chouriço português e cogumelos do campo. Para encerrar a refeição, a farta oferta de 23 sobremesas dificulta a já árdua tarefa de escolher entre os diversos doces de ovos, impecáveis. Se tiver de fugir deles, contudo, prove a salada de laranja, que traz a fruta fresca recoberta por julianas de casca de laranja caramelizadas. No batalhão de escolta, ampla carta de vinhos, com ênfase nos portugueses.

Com exceção do croquete de carne e do bolinho de bacalhau (que pecavam pelo excesso de gordura na primeira visita), e das porções de pratos um pouco reduzidas para os padrões portugueses, revela competência a cozinha do restaurante da Rua Bela Cintra, que tem entre seus sócios-proprietários o ex-gerente do Antiquarius em São Paulo, Carlos Bettencourt.

Patrícia Ferraz

A Bela Sintra

Rua Bela Cintra, 2325, Jardins - Tel. (11) 3891-0740

Comida ★★★★★

Portuguesa, bem executada e variada dentro da especialidade

Decoração ★★★★★

Elegante, contemporânea

Conforto ★★★★★

Mesas espaçosas, cadeiras cômodas

Ruído ●●●

Barulhento

Carta de vinhos ★★★★★

Ampla, com vinhos guardados em bela adega, porém com altos preços

Bar ★★★★★

Completo

Horário

De segunda a quinta, das 12 às 15 horas e das 19 horas à 1 hora.

Sexta, até as 2 da manhã. Sábado, das 12 horas às 2 da manhã, direto. Domingo, das 12 às 23 horas

Preço \$\$\$\$\$

Cartão de crédito

American Express, MasterCard

Manobrista R\$ 8

A metáfora do “elenco” é curiosa: os pratos são tratados como estrelas, ou seja, compõem o elenco da casa e “brilham” no menu. Ainda que a autora não se dê conta, podemos dizer que tal denominação se alinha à ideia de gastronomia como arte, conforme dissemos. Expressões como essa são usadas com frequência na revista.

Além dessas metáforas específicas, podemos perceber várias outras, como “fugir”, “batalhão de escolta” e “pecavam”. A primeira e a terceira expressões são exemplos claros de metáforas cristalizadas ou desgastadas pelo uso, ou seja, tão comuns que sequer são notadas como metáforas.

Exemplo semelhante ocorre em texto publicado em julho de 2004:

Revelação de talento

São Paulo

Orson Welles dizia que a juventude é um equívoco que só o tempo corrige. Sem ofensas à memória do genial cineasta, basta uma breve visita ao restaurante Sabuji para ter, saborosamente, outra opinião. A eloquência da imagem faz justiça ao talento de uma jovem *chef*, Bel Coelho, de apenas 25 anos. O Sabuji faz parte daquele grupo de restaurantes aprazíveis que, de saída, já arrebatam a alma pela escolha do local - aquela ruazinha pequena, quase secreta, em meio ao caos de uma cidade imersa em obras. Um ambiente de bar e espera, plantado na antiga garagem da casa erguida nos anos 50, sinaliza que outras boas surpresas estão a caminho.

Escolhi como entrada uma arriscada salada de rúcula com pêra grelhada e *foie gras*. Dei ouvidos à recomendação do solícito garçom para saboreá-la em conjunto com uma taça de Sauternes. Vivas! Excelente em preparo, textura e combinação. Outra boa pedida é o sugestivo ceviche de namorado com salsa. Como principal, experimentei lulas recheadas com *ricotta* e *mix* de grãos - combinação alegre e extravagante. A nota dissonante ficou por conta da prova do *risotto* de pêra e *roquefort*. O excesso de zelo em controlar a personalidade do queijo acabou por penalizar o sabor do conjunto, que perdeu em expressão.

Por último, provei duas ótimas opções de sobremesa: a *terrine* de chocolate branco com framboesa e o *soufflé* de Nutella[*sic*] com sorvete de banana. Ambas estão à altura de uma *chef* que ostenta, no precoce currículo, passagens pela confeitaria do Fasano e do Payard original. Aliás, para quem começou, aos 18 anos, fazendo estágio com o mestre Laurent Suaudeau, estudou em Nova York no Culinary Institute of América, foi assistente na cozinha do D.O.M., do premiado *chef* Alex Atala e ainda, ufa!, estreou como *chef* titular no festejado Madeleine, verdade seja dita: Bel Coelho deixou há muito de ser uma promessa. Já faz parte da paisagem gastronômica da cidade.

Silvio Giannini

Sabuji

Rua Sabuji, 40

Tel. (11) 3814-1240

Comida ★★★★★

Qualidade acima da concorrência

Ambiente ★★★★★

Atmosfera acolhedora

Carta de vinhos ★★★★★

Básica, mas bem estruturada

Bar ★★★★★

Completo, com ótimo ambiente para espera

Serviço ★★★★★

Solícito e bem treinado

Horário

De segunda a sexta-feira, das 12 às 15 horas, e das 20 horas à meia-noite (exceto às sextas, com jantar até 1 hora). Sábado e domingo, das 13 às 17 horas. Sábado, das 20 à 1 hora

Preço \$\$\$

Cartão de crédito: MC

Manobrista

R\$ 6, no almoço, e R\$ 8, no jantar

Destacamos a afirmação de que “A nota dissonante ficou por conta da prova do *risotto* de pêra e *roquefort*”, mais uma vez recorrente à metáfora da arte – neste caso, do prato como uma composição musical harmônica ou desarmônica.

Aproveitamos ainda tal exemplo para ressaltar mais uma vez que os críticos da revista Gula lançam mão de adjetivação farta em suas descrições, ao contrário do que pratica e defende o crítico da Folha de S.Paulo, Josimar Melo, ao optar por imprimir maior objetividade aos seus textos. Acreditamos, assim, que haja uma política editorial na Gula que influencie no estilo das críticas, pois existe uniformidade estilística apesar de se tratar de uma equipe de autores e não de uma autoria única, como no caso do jornal.

Por fim, observamos na análise da titulação que os títulos da seção costumam ser descritivos, com destaque para fatores determinados, assim como aconteceu com a coluna “Mundo Gourmet”:

DESTAQUE: COMIDA

Mês	Título
Jan	Bauru do Ponto Chic
Jan	Beirute do Frevo
Jan	Sanduíche de pernil do Estádio
Jan	Salgadinhos do Bologna
Jan	Pastel de feira
Abr	Japonês, mas nem tanto
Jun	Novo espanhol
Jul	Doces e salgados no Forte
Ago	Sonho de pizzaria
Ago	Arte e boa comida
Set	Boa pizza na Vila
Set	Italiano encantador
Out	Bom e barato
Dez	Boa notícia lusitana

DESTAQUE: LOCAL/AMBIENTE

Mês	Título
Jan	Bauru do Ponto Chic
Jan	Beirute do Frevo
Jan	Sanduíche de pernil do Estádio
Jan	Salgadinhos do Bologna
Jan	Pastel de feira
Fev	Jantar quase secreto
Mar	Boa aposta no Leblon
Mar	Na praia da Oscar Freire
Abr	Entre letras e música
Mai	Passeio completo
Mai	Casa antiga, endereço novo
Mai	O que é clássico permanece
Jun	Almoço no campo
Jul	Doces e salgados no Forte

Mês	Título
Ago	Bistrot na Granja
Ago	Arte e boa comida
Set	Boa aposta, em Pinheiros
Set	Boa pizza na Vila
Set	Cortina de fumaça
Out	Francês no Itaim
Dez	Revival dos anos 60
Dez	Boa mistura, em Ipanema

DESTAQUE: PREÇO

Mês	Título
Out	Bom e barato

DESTAQUE: CHEF

Mês	Título
Jul	Revelação de talento

Com raras exceções, os títulos são curtos, assim como as próprias críticas da revista. Em geral, são compostos por orações nominais, sem uso de verbo – opção comumente contestada por manuais de redação, primordialmente voltados para o texto informativo em detrimento do opinativo. No entanto, como dissemos na seção sobre titulação no capítulo 2, o Novo Manual da Redação da Folha de S.Paulo (1992) indica a possibilidade de uso de frases nominais em títulos de editoriais e textos opinativos. Assim, o crítico tem liberdade para lançar mão de recursos como esse e outros que já mencionamos.

Mais uma vez, o destaque vai para a descrição objetiva do local e da comida, podendo também as atenções se voltarem, mais raramente, para o preço e o *chef*. Notamos a presença ocasional de metáforas cristalizadas (como em “Sonho de pizzaria”) e de intertextualidade (como em “Passeio completo”, em que o título se refere a um tipo de traje adequado para ambientes formais), sem, no entanto, haver qualquer afastamento do título de sua função primordialmente descritiva.

CONCLUSÃO

O objetivo dessa pesquisa foi trazer à tona o tema da gastronomia no jornalismo cultural brasileiro, por se tratar de um assunto cada vez mais abordado por jornais e revistas voltados para públicos diversos. O nosso mapeamento se centrou nos gêneros crítica e crônica e acreditamos ter alcançado nossa meta de começar a dar visibilidade a essa temática como objeto de pesquisa nos estudos da Comunicação.

As crônicas apresentaram duas características comuns aos veículos *Claudia Cozinha* e *Carta Capital*: a interatividade e a narrativa. O primeiro aspecto tenta uma aproximação com o leitor, enquanto o segundo representa o tipo textual ideal para contar as histórias tão típicas do gênero em questão.

Na seção de crônicas “Pé na Cozinha” da revista *Claudia Cozinha*, verificamos que a interatividade se assemelha a uma conversa com o leitor, o que gera uma sensação de intimidade que é reforçada pelo forte uso da narrativa em tom confessional. Essa construção de laços afetivos entre leitor e cronista casa com o perfil da revista, voltado para donas de casa às voltas com os desafios do cotidiano. É importante mencionar que as crônicas analisadas foram coletadas antes da última reforma editorial da revista, que agora busca diversificar seu público e tomar “ares gastronômicos”, para tomar de empréstimo a expressão de Josimar Melo que citamos na nota de rodapé da página 75 e que aqui se encaixa com exatidão. Ainda na seção “Pé na Cozinha”, observamos a presença da intertextualidade como mote para a cronista contar histórias ligadas ao cotidiano.

A seção “Refogado” da *Carta Capital*, por sua vez, tem como diferencial a ironia. Aqui, ela aparece como uma estratégia que permeia a narrativa e diversas vezes descamba em um tipo de moral da história, em que o autor deixa de lado esse recurso para fechar o texto com uma observação séria. As ilustrações da página, muitas vezes, funcionam como recurso complementar de humor para o texto.

Em ambas as seções, as titulações das crônicas se mostraram ricas em expedientes como humor, duplo sentido, trocadilhos e coloquialidade, além de recursos como ironia, metáfora, intertextualidade e interatividade. Assim, mesmo antes de começar a ler o texto em si, o leitor se vê envolvido e estimulado a continuar a leitura.

De modo geral, podemos concluir que a crônica se caracteriza como um espaço da subjetividade, em que o narrador interage com o leitor e com ele busca dialogar. Essa conversa se dá no âmbito da cozinha como local de sociabilidade e convívio, aspecto de que tratamos na seção sobre os aspectos socio-culturais da alimentação.

As críticas não apresentaram estratégias comuns aos dois veículos, exceto na titulação. Os títulos costumam ser descritivos, enfatizando objetivamente fatores como a comida ou o ambiente de determinado restaurante e deixando claro o que está por vir. Excetuando-se esse ponto, cada um dos veículos estudados segue caminhos linguístico-discursivos bem distintos.

A ironia é marcante nos textos da coluna “Mundo Gourmet” do jornal Folha de S.Paulo. Também é recorrente o uso da narrativa, mas com função diversa daquela das crônicas: aqui, ela serve para contextualizar os novos restaurantes no cenário paulistano, indicando quem são seus donos e *chefs* e de onde vieram. Não há uso exacerbado de adjetivos na seção. Pelo contrário: o autor dá preferência a um estilo mais técnico e descritivo a fim de deixar as escolhas para o leitor. Cumpre ainda um papel educativo ao tratar não somente dos restaurantes criticados, mas de outros assuntos mais gerais relacionados à gastronomia. Isso faz com que o leitor se familiarize com o tema e pense nele de forma mais ampla.

Finalmente, na seção de críticas “Gula Indica Restaurantes” da revista Gula, a interatividade surge para que o crítico se aproxime do leitor, fornecendo dicas e sugestões de pratos, numa postura diversa da que apresenta o crítico da Folha de S.Paulo. Ao que parece, a ideia é tratar o leitor de igual para igual, pois supõe-se que se trata de alguém com algum conhecimento gastronômico. A relação é, então, de proximidade. Um ponto interessante que devemos frisar é o uso de metáforas ligadas à arte – como “elenco” (para pratos) e “orquestra” (para *chefs*). Será porque a revista prima pela defesa da gastronomia elevada ao *status* de arte? Outro ponto que verificamos foi que o

veículo não economiza adjetivos em suas descrições, em uma opção editorial diversa da que encontramos na seção “Mundo Gourmet”. Consideramos que tais escolhas estejam relacionadas ao posicionamento da revista, uma vez que há uma certa uniformidade estilística na seção, apesar de ser a única do nosso estudo que não conta com colunista fixo. A questão estilística, nesse caso, se relaciona mais com o veículo do que com o próprio autor.

Em relação às críticas, percebemos um predomínio do chamado jornalismo de serviço, em que o jornalista busca oferecer informações – de maneiras distintas em cada veículo, é certo – para que o leitor delas possa usufruir em sua vida. Cada uma das críticas vem acompanhada de uma ficha técnica com os dados de cada casa para facilitar a tarefa do leitor.

Esperamos, com este trabalho, ter alcançado nosso objetivo de dar início às explorações do jornalismo gastronômico brasileiro e, ainda, a novos estudos sobre o jornalismo cultural. Temas tidos como “menores”, como esse que abordamos, acabam gerando grande curiosidade nos leitores e se tornando “maiores” e mais importantes, numa equação que envolve leitores, jornalistas, veículos de comunicação e anunciantes. Os meios de comunicação interferem na formação do público e este passa a demandar mais informação sobre o tema – daí a importância de os pesquisadores em Comunicação estarem atentos a fenômenos como esse.

REFERÊNCIAS

ARRIGUCCI JR, Davi. Fragmentos sobre a crônica. In: *Enigma e comentário: ensaios sobre literatura e experiência*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. p. 51-66.

ASCHER, Nelson. *Crítica jornalística deve ser estridente e opinativa*. 1991. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/almanaque/leituras_27jan03.shtml>. Acesso em: 25 set. 2004.

AUTHIER-REVUZ, Jaqueline. *Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive: élément pour l'approche de l'autre dans les discours*. Paris: DRLAV, 1982.

BAKHTIN, Mikhail. A ideia em Dostoiévski. In: *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1981 [1963]. p. 65-85.

_____. *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1993 [1975].

_____. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 1995 [1929].

BOLAFFI, Gabriel. *A saga da comida: receitas e histórias*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

BORBOREMA FILHO, Edmilson de Albuquerque. *A metáfora na construção da percepção da realidade no discurso jornalístico*. Tese de doutorado - UFPE, (mimeo), Recife, 2004.

BRAIT, Beth. *Ironia em perspectiva polifônica*. Campinas: Editora da Unicamp, 1996.

BRASIL. Decreto 3.551, de 4 de agosto de 2000. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Brasília, DF, Diário Oficial da União de 07 de agosto de 2000. Disponível em: <<http://www.minc.gov.br/legisl/docs/D-003551.htm>>. Acesso em: 29 jul. 2004.

BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme. *A fisiologia do gosto*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995 [1826].

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Loyola, 1981.

_____. *Imprensa feminina*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1990.

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

CASCUDO, Luís da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1983.

CASTELS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERTEAU, Michel de. Anais do cotidiano. In: CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. *A invenção do cotidiano: morar, cozinhar*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. Vol. 2. p. 31-33.

_____. GIARD, Luce. Espaços privados. In: CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. 2002. *A invenção do cotidiano: morar, cozinhar*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. Vol. 2. p. 203-207.

CHAFE, W. Linguistic differences produced by differences between speaking and writing. In: OLSON, David R. et al (ed.). *Literacy, Language and Learning: The Nature and Consequences of Reading and Writing*. Cambridge: Cambridge University Press, 1985. p. 105-123.

CHAUÍ, Marilena de Souza; CHAUÍ, Laura de Souza. *Professoras na cozinha: pra você que não tem tempo nem muita experiência*. São Paulo: Editora Senac, 2001.

DICIONÁRIO HOUAISS DA LÍNGUA PORTUGUESA. s.d. Disponível em: <<http://houaiss.uol.com.br>>. Acesso em: 5 ago. 2005.

DIJK, Teun Adrianus van. *Cognição, discurso e interação*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1996.

DRAVET, Florence. Palavras inconsideradas na lagoa do conhecimento. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex (Org.). *Jornalismo e literatura: a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras Editora, 2002. p. 85-91.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FARACO, Carlos Alberto. *Linguagem e diálogo: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin*. Curitiba: Criar Edições, 2003.

FERNÁNDEZ-ARMESTO, Felipe. *Comida: uma história*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

FIORIN, José Luiz. Polifonia textual e discursiva. In: BARROS, Diana Luz; FIORIN, José Luiz (Org.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade: em torno de Mikhail Bakhtin*. São Paulo: Edusp, 1994. p. 29-36.

FLANDRIN, Jean-Louis. A distinção pelo gosto. In: CHARTIER, Roger (Org.). *História da vida privada: da Renascença ao Século das Luzes*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. Vol. 3. p. 267-309.

_____. Da dietética à gastronomia, ou a libertação da gula. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (Org.). *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p. 667-688.

FOLHA ONLINE. s.d.1. *Círculo Folha*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/index.htm>>. Acesso em: 1 nov. 2005.

_____.s.d.2. *Conheça a Folha*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/>>. Acesso em: 1 nov. 2005.

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

FREYRE, Gilberto. *Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do Nordeste do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997 [1939].

GALENO, Alex. Palavras que tecem e livros que ensinam a dançar. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex (Org.). *Jornalismo e literatura: a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras Editora, 2002. p. 99-108.

GANCHO, Cândida Vilares. *Como analisar narrativas*. São Paulo: Ática, 1997.

GARCIA, Othon M. *Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar*. 17. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Editora, 1998.

GIARD, Luce. Artes de nutrir. In: CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. *A invenção do cotidiano: morar, cozinhar*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002a. Vol. 2. p. 211-233.

_____.O prato do dia. In: CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. 2002. *A invenção do cotidiano: morar, cozinhar*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002a. Vol. 2. p. 234-267.

GOMENSORO, Maria Lúcia. *Pequeno Dicionário de Gastronomia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

GOMES, Isaltina Mello. O papel da avaliação na narrativa jornalística. *Investigações*. Recife, 1994.

GUARACIABA, Andréa. Crônica. In: MELO, José Marques de (Org.). *Gêneros jornalísticos na Folha de S.Paulo*. São Paulo: FTD, 1991. p. 82-90.

HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

HORTA, Nina. *Não é sopa: crônicas e receitas de comida*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IMBERT, Enrique Anderson. *Métodos de crítica literária*. Coimbra: Livraria Almedina, 1971.

IPHAN. 2005. *Programa nacional do patrimônio imaterial*. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br/bens/P.%20Imaterial/imaterial.htm>>. Acesso em: 16 ago. 2005.

JUEZ, Laura Alba. *The functions and strategies of ironic discourse: an analysis*. Tese de doutorado, Universidade Complutense de Madri, (mimeo), Madri, 1996.

KAEL, Pauline. *Criando Kane e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

KRISTEVA, Julia. *Introdução à semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

LIMA, Gerson Moreira. *Releasmania: uma contribuição para o estudo do press-release no Brasil*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *A propósito da metáfora*. Artigo, UFPE, (mimeo), Recife, 1978. p. 17.

_____. A ação dos verbos introdutórios de opinião. *Revista Brasileira de Comunicação*. 1991.

_____. Marcas de interatividade no processo de textualização na escrita. In: *Anais do I Seminário de Filologia e Língua Portuguesa*. São Paulo: Humanitas, 1990. p. 139-156.

_____. *Gêneros textuais: definição e funcionalidade*. Artigo, UFPE, (mimeo), Recife, 2002. p. 16.

_____. *A questão do suporte nos gêneros textuais*. Artigo, UFPE, (mimeo), Recife, 2003. p. 23.

MARTINS, Eduardo. s.d. *Manual de Redação e Estilo do Estado de São Paulo*. Disponível em: <<http://txt.estado.com.br/redac>>. Acesso em: 26 maio 2005.

MELO, José Marques de. A crônica. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex (Org.). *Jornalismo e literatura: a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras Editora, 2002. p. 139-154.

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

MENEZES, Rogério. Relações entre a crônica, o romance e o jornalismo”. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex (Org.). *Jornalismo e literatura: a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras Editora, 2002. p. 163-171.

MICHAELIS MODERNO DICIONÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA. s.d. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/michaelis>>. Acesso em: 29 jul. 2004.

MONTANARI, Massimo. Modelos alimentares e identidades culturais. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (Org.). *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p. 312-317.

NOVO MANUAL DA REDAÇÃO. 7. ed. São Paulo: Folha de S.Paulo, 1992.

ONFRAY, Michel. *A razão gulosa: filosofia do gosto*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

PEIXOTO, Carlos. Seis propostas para o próximo jornalismo. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex (Org.). *Jornalismo e literatura: a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras Editora, 2002. p. 121-132.7

PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos*. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

PIZA, Daniel. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

REVEL, Jean-François. *Um banquete de palavras: uma história da sensibilidade gastronômica*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

SANTANA, Adriana. *CTRL+C CTRL+V: o release nos jornais pernambucanos*. Dissertação de mestrado, UFPE, (mimeo), Recife, 2005.

SATO, Nanami. Jornalismo, literatura e representação. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex (Org.). *Jornalismo e literatura: a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras Editora, 2002. p. 29-46.

STEINGARTEN, Jeffrey. *O homem que comeu de tudo: feitos gastronômicos do crítico da Vogue*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

TANNEN, Deborah. *Talking voices: repetition, dialogue and imagery in conversational discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

TERZI, Sylvia Bueno. *Processos de relevância no texto jornalístico: títulos enviesados e tangenciais*. Trabalhos de Linguística Aplicada. Campinas, 1992.

TODOROV, Tzvetan. As categorias da narrativa literária. In BARTHES, Roland et al. *Análise estrutural da narrativa*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1973. p. 209-254.

TRAVANCAS, Isabel. *O livro no jornal: os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

Nascida no Recife, Renata Maria do Amaral é jornalista concursada da assessoria de comunicação da Universidade Federal de Pernambuco e professora universitária em cursos de comunicação de faculdades privadas. Colabora com publicações como a revista de jornalismo cultural Continente e a revista de cultura e ensaios ArtFliporto, sempre na área de gastronomia. Publica agora sua dissertação de mestrado e segue sua pesquisa sobre jornalismo gastronômico em tese de doutoramento. E-mail: reamaral@gmail.com.

GASTRONOMIA: PRATO DO DIA DO JORNALISMO CULTURAL

FORMATO

15,5 x 22 cm

TIPOGRAFIA

Swiss 721 Cn BT

Minion Pro

Editora
Universitária  **UFPE**

Rua Acadêmico Hélio Ramos, 20 | Várzea,

Recife - PE CEP: 50.740-530

Fones: (0xx81) 2126.8397 | 2126.8930 | Fax: (0xx81) 2126.8395

www.ufpe.br/edufpe | livraria@edufpe.com.br | editora@ufpe.br

ISBN 978-85-415-0166-8



Este é um dos 17 títulos publicados com o selo da *Coleção Novos Talentos* (edital 2012). A iniciativa é fruto de uma ação conjunta entre a EdUFPE e as Pró-Reitorias para Assuntos Acadêmicos (Proacad) e de Gestão de Pessoas e Qualidade de Vida (Progepe) e visa incentivar a publicação de obras inéditas, produzidas por servidores técnico-administrativos e estudantes em nível de graduação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

A proposta é democratizar a possibilidade de publicação através da descoberta de novos autores que, embora ostentem inegável talento para as letras, têm difícil acesso ao mercado editorial por serem neófitos. Todos os títulos foram analisados pela Comissão Editorial da EdUFPE, composta por cientistas da UFPE com notável saber científico, e representam importantes contribuições para diferentes áreas, tais como literatura, música, teatro, pedagogia, gastronomia, administração pública e tecnologia.