



## **Fome e abundância na mídia impressa: as imagens geradas pela crise mundial de alimentos e pela gastronomia nos jornais de São Paulo<sup>1</sup>**

Helena Maria Afonso Jacob<sup>2</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie e  
Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação

**Resumo:** Este trabalho se propõe a analisar as imagens midiáticas geradas pelos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo* a partir de dois momentos: imagens geradas pelas notícias sobre a crise mundial de alimentos e imagens geradas pela cobertura das notícias do universo da gastronomia. As primeiras se encontram nos cadernos Internacional e Economia de ambos os veículos; já as segundas estão presentes em cadernos específicos, como “Paladar” em *O Estado de S. Paulo*, e no caderno de cultural *Ilustrada*, publicadas sempre pela *Folha de S.Paulo* às quintas-feiras. Essa análise procura avaliar a semiose gerada pelo cruzamento dos sistemas culturais mídia impressa e alimentação e quais são os novos textos culturais gerados a partir desse processo, e as imagens que daí surgem sobre a nossa atual cultura alimentar.

**Palavras-chave:** Imagem, alimentação, gastronomia, cultura, comunicação, mídia impressa

### **O papel da alimentação na sociedade humana**

Poucas atividades desempenharam papel tão fundamental na formação da cultura e sociedade humanas quanto o ato de alimentar-se. Comer é uma tarefa cotidiana e um ritual agregador. E é componente ritualístico o mais importante do ato de nos alimentarmos, ritual que evoluiu na história humana para o degustar<sup>3</sup>. Para Pross (Apud Baitello Jr., 2003: 83), os rituais são uma parte fundamental da existência humana, tanto social quanto culturalmente. Ele diz ainda que “rituais fazem do homem parte de um todo, fazem-no participante. A ritualização promove um simulacro simplificado do complexo espaço-tempo.” Comer regula as atividades diárias do homem e organiza seu tempo. Comemos diariamente, e várias vezes ao dia, tanto por fome quanto por gula. A alimentação, desde os tempos pré-históricos, é uma das principais ocupações do homem, tanto no sentido de obter o alimento, quanto no de prepará-lo e apreciá-lo.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VIII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Semiótica da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e professora da Universidade Presbiteriana Mackenzie e da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação.

<sup>3</sup> A gastronomia trabalhar com o prazer de degustar alimentos, que vai além do se alimentar. No degustar o alimento é apreciado em todas as suas dimensões estéticas, gustativas, olfativas e visuais.



A alimentação humana foi se complexificando<sup>4</sup> desde o seu princípio, quando as comidas à disposição da espécie humana eram raízes e frutos. Logo depois o homem desenvolveu o ato de caçar que, segundo Edgar Morin (idem, 1979:67), foi momento definidor para a espécie humana: “A caça deve ser considerada um fenômeno humano total; não só atualizou e exaltou aptidões pouco utilizadas até então como suscitou novas aptidões.” Após esse momento ocorreu a descoberta do fogo, que contribuiu para que se chegasse ao ato de cozinhar. Alterando o sabor dos alimentos por meio das técnicas do fogo, o homem descobriu um universo de novas possibilidades envolvendo seu cotidiano. Armesto (2004: 24) observa:

“O ato de cozinhar não é apenas uma forma de preparar o alimento, mas também uma forma de organizar a sociedade em torno das refeições em conjunto e de horários de comer previsíveis. Ele introduz novas funções especializadas e prazeres e responsabilidades compartilhados.”

Do processo natural de complexificação das atividades humanas, o cozinhar evoluiu para a culinária, visto que o homem procurou, além do simples aquecer os alimentos, novos métodos para prepará-lo, como diz Armesto (idem:47):

“Após a invenção da culinária, a próxima grande revolução foi a descoberta de que a comida tem outras virtudes e vícios: ela pode codificar significados; pode dar ao comensal bens do tipo que transcendem o sustento e males do tipo que são piores do que veneno.”

Dessa essa descoberta das qualidades da comida que vão além da nutrição, surgiu o conceito de gastronomia, agente de grandes transformações dos códigos culturais da cozinha e da alimentação. É importante lembrar que a gastronomia trabalha com a abundância de alimentos. Afinal, só passamos a nos preocupar com o prazer gustativo proporcionado por um alimento quando temos o que comer; se é necessário procurar comida, a percepção do ato de comer muda radicalmente; o que importa, nesse caso é nutrir o corpo, não importa com o que. Esse é um conceito fundamental para distinguir a cobertura midiática que aborda a crise mundial de alimentos e aquela que fala da gastronomia, mostrando como esses dois sistemas culturais ligados à alimentação se contaminam mutuamente no ambiente da comunicação midiaticizada.

---

<sup>4</sup> Complexificação é um conceito desenvolvido por Edgar Morin, que fala sobre o desenvolvimento da espécie humana cultural e socialmente. O trabalho pode ser observado na obra *Introdução ao Pensamento Complexo*, Porto Alegre, Editora Sulina, 2007.



## A crise mundial de alimentos e a mídia

Fome versus abundância alimentar: esse cenário que estamos observando no mundo contemporâneo promete se agravar nas próximas décadas, caso as previsões da mídia e de alguns especialistas e governos sobre a queda da produção e de estoques de alimentos se confirmem. Não que essa dicotomia tenha deixado de existir em algum momento da história do homem: se no período da pré-história só havia a fome e a luta pelo alimento, logo que a espécie passou a se sedentarizar e a criar plantações e animais para consumo, começou a divisão não igualitária de riquezas. No âmbito da alimentação isso significa: enquanto muitos indivíduos passam fome, alguns poucos podem se deliciar com iguarias da cozinha<sup>5</sup>. Como caixa de ressonância das realidades do mundo – ainda que sejam realidades construídas -, a mídia mostra essa dicotomia em suas produções atuais, colocando lado a lado em veículos como jornais, revistas, programas de TV e sites de internet, notícias sobre a crise mundial de alimentos (fome hoje e no futuro) e matérias sobre a alta gastronomia e receitas sofisticadas (abundância presente).

Se ao mesmo tempo temos uma notícia que precisa ser mostrada ao público – os estoques de alimentos estão baixando rapidamente no mundo, a produção de gêneros alimentícios fica a cada dia mais cara, os pobres estão gastando mais para se alimentar – temos também a realidade gastronômica, o mundo dos sonhos do alimento aliado ao prazer que teve uma super explosão midiática nos últimos anos. Assim, na mesma edição de um jornal ou revista podemos observar uma notícia com previsões funestas sobre o futuro alimentar dos homens e nas páginas seguintes, uma reportagem sobre o mais recente restaurante de alta gastronomia inaugurado na cidade.

A assim chamada crise mundial de alimentos vem se desenhando há alguns anos, visto que o que existe de fato é o agravamento de um quadro de *déficit*<sup>6</sup> na produção de alimentos causado pela mais simples equação econômica: aumento de demanda e diminuição de oferta. Visto que o número de pessoas em situação de miséria nos países em desenvolvimento como China, Índia e o próprio Brasil caiu na última década, o fato

---

<sup>5</sup> O período histórico da Revolução Francesa, em 1789, prova essa discrepância social. A frase da mulher do rei francês Luis XVI, Maria Antonieta, quando foi perguntada sobre a fome do povo durante o começo da revolução popular que levaria à Revolução Francesa em 1789, deixa clara a diferença alimentar entre classes sociais: “Se o povo está com fome e não tem pão, que coma brioche”. A frase causou intensa revolta popular, ao revelar o descaso da realeza, que se importava em ter a sua própria mesa abastecida e suas riquezas intocadas. A saber, brioche, segundo *O Pequeno Dicionário da Gula*, de Márci a Algranti (Rio de Janeiro, Editora Record, 2000:89) é “tipo de bolo de massa levedada, de origem francesa, feito à base de ovos, farinha de trigo, rico em manteiga”. Pelos ingredientes, um pão muito caro para a população faminta da França daquele período.

<sup>6</sup> Termo usado comumente na economia para denominar a falta de algo (produto, dinheiro e outros).



é que essas populações passaram a ter mais poder econômico e, conseqüentemente, passaram também a consumir mais. No entanto, é importante lembrar que esse aumento de consumo de alimentos não quer dizer, em absoluto, que a fome tenha sido erradicada. Segundo dados da ONU (Organização das Nações Unidas), nos dias de hoje mais de 800 milhões de pessoas passam fome no mundo, sendo, destas, 350 milhões de crianças. O grande paradoxo desse número é que o mundo vive hoje uma era de superabundância, com comida barata produzida em larga escala. A indústria dos alimentos trabalha em um ritmo de super produção, fazendo uso de altas tecnologias que aumentam safras e colheitas. Mas, por outro lado, a população não pára de crescer e as pessoas estão tendo mais acesso ao alimento. Esse aumento da demanda aumenta também os preços, fazendo o alimento ser caro e ainda inacessível para quem mais precisa dele.

Na mídia o assunto crise dos alimentos ganhou grandes proporções graças a um pronunciamento da diretora do Programa Mundial de Alimentos da Organização das Nações Unidas, Josette Sheeran. Ela afirmou em uma sessão do Parlamento Europeu, realizada em Bruxelas, no dia 6 de março de 2008, que a inflação no preço dos alimentos está gerando mais fome no mundo e que causou um rombo de US\$ 500 milhões (R\$ 835 milhões) no orçamento do Programa de Assistência Humanitária da ONU em 2008. Quatro dias depois, no dia 10 de março, foi a vez do diretor-gerente do Banco Mundial, Graeme Wheeler, se manifestar sobre o assunto. Segundo ele, conseqüências devastadoras poderiam advir da alta simultânea do petróleo e dos preços dos alimentos no mundo em desenvolvimento. A questão do petróleo, nesse caso, é que o aumento do combustível encarece o preço final do alimento, visto que o custo do transporte do mesmo aumenta consideravelmente.

A partir daquele momento o assunto foi ganhando espaço na mídia, até chegar ao auge das manchetes durante o mês de maio, quando o tema virou uma guerra de debates entre as previsões de crise de alimentos até 2015, e especialistas que acreditam que o quadro não é tão grave assim. A mídia brasileira deu grande destaque ao assunto, sendo que o mesmo chegou às manchetes de seus principais jornais em vários dias do mês de maio, período mais intenso de debates. Veremos mais adiante como dois jornais paulistanos, *Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*, trabalharam as notícias dessa questão, construindo imagens desse momento ligado ao sistema cultural da alimentação.



## A gastronomia hoje

No mundo contemporâneo, observa-se que a gastronomia é um tema da “moda”. Ser um gastrônomo — e não apenas cozinhar —, conhecer temperos, ingredientes e saber se portar nesse universo é um marcador de pertencimento a um determinado sistema cultural que pode distinguir socialmente alguém. Hoje a gastronomia pode ser também um passaporte de *status* social, já que a mesma, tão exposta midiaticamente, agrega valores a quem participa dela. Segundo Kamper, “vincular o tempo significa vincular-se como tempo<sup>7</sup>”. Dessa maneira, ao vincular-se com esse momento contemporâneo, o homem vai além, torna-se esse próprio tempo e transforma a comida numa imagem daquilo que ele deseja ser socialmente.

Tal fenômeno não é novo na cultura. A publicidade já trabalha o apelo do querer ser, do almejar mais dos desejos humanos há muito tempo. O que se torna no caso aqui estudado um diferencial é que o processo venha ocorrendo com a gastronomia, sistema que evoluiu de uma complexificação da culinária e está se aproximando cada vez mais de algumas estratégias comunicativas peculiares à publicidade.

Um indivíduo pode se inserir em um grupo almejado por ele tanto pelas roupas que veste quanto pelos restaurantes que frequenta. Não importa a qualidade da comida. Importa ser visto no lugar da moda, comer um prato famoso. Isso cria para o indivíduo uma imagem de ascensão social que canibaliza a imagem da própria comida, em um fenômeno de iconofagia, como definido por Baitello Jr.(idem, 2002:5),

“Na iconofagia, somos devorados pelo abismo que tem como porta de entrada triunfal... uma imagem. E nos transforma, seres humanos tridimensionais de carne e osso, necessariamente, em imagens.”

No mundo contemporâneo, além das imagens da cultura, que nos acompanham em todo o processo evolutivo, somos assolados por um sem número de imagens eletrônicas disparadas por diversas mídias. No caso da cozinha, uma rica produtora imagética natural, o fenômeno é evidente, com veículos como internet, TV, revistas, jornais e publicidade disputando a atenção do receptor, um ser humano encantado pelas imagens que consome. Baitello Jr. (2003:10) diz:

“Como nômade e caçador, o homem aprendeu a se apropriar das imagens à margem de seus caminhos. E, de volta ao calor e à fogueira do agrupamento, aprendeu a alimentar o imaginário dos outros de seu grupo, com as cenas apreendidas ao longo de suas estradas. A caçada

---

<sup>7</sup> Citação feita pelo Prof. Dr. Norval Baitello Júnior durante o curso de Sistemas Visuais/ Espaciais – Teoria da Mídia e Questões da Imagem – ministrado na PUCSP durante o segundo semestre de 2004.



buscava não apenas alimento, mas também imagens, das quais todos se alimentavam, caçadores e sedentários. Os caminhos, por terra ou por mar, sempre foram povoados por imagens. Para poder apropriar-se delas era necessário resistir ao seu poder de sedução ou vencer sua astúcia e/ou força física.”

Quando observamos uma imagem de um prato apetitoso, primeiramente devoramos com o olhar aquele prato – podemos, inclusive, nos satisfazer com essa refeição visual, sem preparar esse prato. Esse é um processo de cunho iconofágico, quando a representação da comida obtida pela fotografia é devorada pelos olhos. Nesse processo, a imagem representacional devora o real, construindo uma imagem bidimensional que possui cor, sabor e cheiro, todos eles captados apenas pelo nosso olhar. Assim, a imagem midiática muitas vezes acaba sendo mais apetitosa que a real – uma prova disso é que, muitas receitas, ao serem preparadas, não têm um resultado semelhante ao visto na revista ou no livro, frustrando quem a preparou, em um triunfo da nossa fome visual.

### **Os sistemas da cultura e o jornalismo**

A abundância da gastronomia e a fome advinda da crise de alimentos são textos da cultura inseridos no sistema cultural alimentação. Já as matérias jornalísticas sobre o tema crise de alimentos e sobre o tema gastronomia são textos culturais que se inserem no sistema cultural do jornalismo. Compreendemos aqui que tais textos são contaminados pelos dois sistemas, alimentação e jornalismo, e que ambos trocam informações entre si, gerando uma semiose<sup>8</sup> no ambiente da mídia impressa que é o objeto de estudo deste artigo.

Na confluência entre as matérias sobre gastronomia e aquelas sobre a crise alimentar inseridas em um mesmo veículo jornalístico, observam-se paradoxos na criação das imagens midiáticas correspondentes a esses fatos. Segundo Lotman (1998), sistemas culturais completamente diferentes se relacionam dentro de uma semiosfera, espaço semiótico no qual se realizam processos comunicativos e a produção de novas informações, onde os textos se conectam, contaminam-se entre si e geram novos textos. Dentro desta perspectiva, o objeto de estudo deste artigo está inserido na semiosfera da mídia impressa, onde os sistemas jornalismo e alimentação trocam informações e alteram suas linguagens, gerando novos textos da cultura.

---

<sup>8</sup> Lembrando que a semiose é a produção de sentido em um sistema de signos, os textos da cultura.

Os textos criados por esse processo geram as imagens da cobertura jornalística desse momento do sistema alimentação. Deve-se lembrar que nesses veículos jornalísticos, produtos da comunicação de massa, os fluxos de informação são regulares e uniformes, marcados pelo espaço, aquilo que interessa ao leitor daquele jornal, e pelo tempo, contado pelos fenômenos que acontecem rotineiramente e que devem ser transmitidos pelo veículo; no caso, o tempo determina que a crise mundial de alimentos mereça cobertura da mídia, assim como o sucesso da gastronomia. Veremos abaixo como essas imagens foram construídas dentro do objeto de análise deste artigo.

### **Imagens da fome**

No objeto deste artigo, páginas sobre o tema crise mundial dos alimentos começam a ocupar espaço privilegiado já na edição de 26 de abril de 2008, nos dois jornais citados anteriormente, sendo que o ápice da cobertura do assunto aconteceu em meados de maio. Como afirma Guareschi (2004), “uma coisa só existe, ou deixa de existir à medida que é comunicada, veiculada”, e ainda, que “a comunicação é duplamente poderosa tanto porque pode criar realidades, como porque pode deixar que existam pelo fato de serem silenciadas”. Assim, a realidade da crise também foi construída pela sua exposição na mídia.

Nessa data, o jornal *Folha de S.Paulo* destacou no seu caderno “Dinheiro”, editoria de economia, a manchete “Alta nos preços dos alimentos já é crise global, diz ONU”. Em uma página desenhada com um anúncio que ocupa o seu centro, os destaques predominantes da imagem criada pela página são a foto de um operário sobre um caminhão de soja e a tabela de aumento do IPCA (índice de preços ao consumidor), na qual os alimentos são os vilões. A foto é um símbolo do alimento como dinheiro, representando o conceito de *commodity*, quando o alimento deixa de ser real para o mercado financeiro a passa a ser apenas um valor monetário.

Em um mundo que se acostumou a encarar o alimento como algo permanente, abundante e economicamente rentável, graças à tecnologia alimentar desenvolvida no século XX, causa espanto que esse alimento possa voltar a ser um problema, como em tempos de guerras e conflitos. Isso é mostrado pela manchete do caderno “Editoria e Negócios”, do jornal *O Estado de S. Paulo*: “Safrá recorde não segura preço dos alimentos”. Começando dessa maneira o jornal publicou um caderno especial sobre o tema, indo da página um a sete discutindo essa temática e sobre o quanto a crise pode ser prejudicial para o Brasil. É importante lembrar que o nosso País construiu ao longo

da última década uma imagem de gigante do “agronegócio”, e uma crise alimentar não corresponde ao ideal de “Éden” mítico do mundo dos alimentos que o Brasil quer ser para o mundo.

O infográfico da página 4 do mesmo caderno de *O Estado de S. Paulo* mostra a oferta e a demanda das principais lavouras brasileiras na safra 2007/2008, compondo a imagem simbólica de fartura alimentar. Mas o observador mais atento notará que todos os estoques dos alimentos ali elencados (arroz, feijão, milho, soja, farelo de soja, óleo de soja, trigo e algodão) estão em declínio. Corroborando essa tentativa de mostrar que “a crise é grave, mas no Brasil continuamos bem”, na página 6 a foto de um produtor de milho num campo repleto de espigas do fruto mostra abundância nesse campo, fazendo com que seja difícil acreditar em crise no Brasil.

No mesmo dia 27 de abril, a *Folha* dedicou apenas duas páginas à crise, em um viés distinto do adotado pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, analisando e criticando o cenário brasileiro de produção de alimentos. Na matéria “Crise agrícola gera oportunidade ao país”, um infográfico mostra com mais clareza aquilo que não ficou tão nítido no *Estado de S. Paulo*: que as safras de produtos agrícolas brasileiros vêm crescendo, mas os estoques de alimentos têm caído. E essa queda é uma das grandes responsáveis pela crise, visto que não há como garantir que todo o país seja devidamente abastecido.

No dia 4 de maio o caderno Aliás, do *Estado de S. Paulo*, que circula apenas aos domingos e se propõe a ter matérias mais aprofundadas sobre fatos relevantes da semana que passou, teve como manchete “A escassez na abundância”, com a pergunta “por que a fome, se jamais produzimos tanta comida?”, no subtítulo. Com fotos de todos os envolvidos na crise – o aumento do petróleo, a produção de alimentos como commodities, o aumento de consumo na China, a guerra de preços na Argentina e os polêmicos canaviais do Brasil<sup>9</sup>, o caderno fez uma análise mais aprofundada da crise.

As quatro páginas centrais do caderno são sempre aquelas dedicadas ao tema de capa. A manchete principal, “Mais comida – e muitos mais comensais”, constrói uma imagem adequada aos jornais de domingo – que consideram o momento de lazer como o tempo para se pensar no mundo produtivamente, por isso a reportagem tem um tom mais reflexivo. Morin (1984:68) alerta para essa necessidade de transformarmos o nosso

---

<sup>9</sup> Os canaviais são polêmicos na crise mundial de alimentos porque os países europeus acusam o Brasil de estar deixando de plantar alimentos para cultivar mais cana-de-açúcar, visando aumentar a produção de etanol, biocombustível que vem sendo tratado como o substituto ideal para o petróleo.





tempo livre em tempo utilitário: “efetuamos, durante o lazer, trabalhos pelos quais nos sentimos individualmente interessados, (...) ou então desenvolvemos talentos pessoais, *hobbies* ou idéias fixas”. Daí que aproveitar o jornal de domingo para ter um perfil mais detalhado da crise de alimentos se enquadra nesse paradigma e o jornal se aproveita dessa pré-disposição da sociedade para criar imagens mais complexas das notícias que ele constrói nos seus momentos de lazer.

Na semana seguinte, nos dias 12 e 13 de maio, os jornais ainda abordaram o tema, que já começava a deixar as manchetes dos jornais de todo o mundo. No dia 12 *O Estado de S. Paulo* falava sobre o alto custo dos insumos para se produzir alimentos, como os fertilizantes, com o título “Custo alto já ameaça a produção agrícola”, colocado ao lado de uma foto de um agricultor com os braços abertos em pose de pânico e alarme. Na *Folha de S. Paulo*, a manchete do dia seguinte repercute essa abordagem: “Custos elevados mantêm preços dos alimentos em alta”.

Pelos exemplos mostrados podemos observar que a mídia impressa representada por esses dois veículos vem construindo imagens da crise mundial de alimentos pautados por um medo excessivo do futuro, muito semelhantes àquelas encontradas na construção de notícias que abordam os problemas ambientais do nosso planeta. Tais imagens acabam por eternizar esse momento da nossa alimentação, colocando-o em paradoxo com a abundância da gastronomia que compartilha o mesmo espaço do jornal impresso diário.

### **Imagens da fartura**

Ao mesmo tempo em que a mídia impressa constrói o cenário do pavor a respeito da crise mundial de alimentos – quase conclamando todos a fazerem estoques de alimentos e se prevenirem para um mundo onde tudo será escasso, caro e distante – ela também constrói o cenário da alta gastronomia, onde a preocupação não é a fome ou penúria, mas sim a descoberta de sabores exóticos e diferenciados.

O jornal *Estado de S. Paulo* edita o caderno “Paladar”, especializado em gastronomia às quintas-feiras, desde o ano de 2005. Um tema especial do mundo gastronômico domina a edição semanal do caderno, que conta sempre com receitas de *chefs* famosos, críticas de especialistas em vinhos e ingredientes sofisticados. Esse espaço em um jornal notadamente conservador como *O Estado de S. Paulo* chama a atenção por ser quase um “jornal extra”, um espaço onde a semiose da construção das notícias do veículo se processa de maneira diferente do usual para aquele veículo. Se o

meio de comunicação impresso vive hoje um momento de redefinição, graças à concorrência com a rapidez dos meios eletrônicos, e ao aumento constante do preço de insumos como papel e tinta, é notadamente estranho que um veículo dedique semanalmente de 1 a 10 páginas, em média, a um tema como a gastronomia. Ainda mais porque a concepção do projeto gráfico do caderno difere do projeto do jornal. Se neste último a diagramação das páginas é pautada por uma economia de espaço, com fotos econômicas e textos mais curtos, a capa de um caderno “Paladar” é um exercício gráfico pouco visto no jornalismo hoje (*figuras 1, 2 e 3*).



Figura 1

Figura 2

Figura 3

Figura 4

A *figura 1* mostra a capa da edição de 8 de maio de 2008. É curioso que o jornal dedique uma página inteira para uma foto de amendoim, apenas composta por manchete e subtítulo. Na matéria correspondente, duas páginas com mais fotos de amendoim, pratos com o ingrediente e abordagem do mesmo em uma roupagem mais sofisticada, que justifica a inscrição do caderno no mundo da alta gastronomia.

Já a *figura 2* é a mais interessante do primeiro conjunto de imagens. Uma fotografia de ingredientes de um Cozido<sup>10</sup>, prato típico simples de vários países, enquadrado no formato de um quadro artístico. Se essa já é a apreensão de quem vê a imagem pela primeira vez, o jornal explica, nas páginas internas, que essa composição foi de fato inspirada no obra do artista Sánchez Cotán, pintor espanhol do século XVII. A disposição milimetricamente enquadrada da comida a torna um objeto distante, quase irreal, muito aquém da imagem real do cozido, um prato de origem camponesa, popular

<sup>10</sup> Segundo Algranti (idem: 149), “prato substancioso, que varia de região para região de acordo com a disponibilidade local, em que todos os ingredientes são preparados numa só panela, cozidos lentamente em chama baixa, e muito líquido, para apurar o sabor do caldo”.

por excelência. Nas páginas internas da matéria essa tendência “artística” se mantém, mostrando ingredientes a princípio um tanto grotescos, como um pé de porco cortado, emoldurados de maneira artística, onde deixam de se assemelhar a alimentos.

Disfarçar a face mais crua e desagradável dos alimentos – como esconder a carcaça de animais mortos e a desordem das folhas dos legumes – é uma das características da mídia impressa que aborda a gastronomia. Barthes (2007:130) fala sobre essa questão ao comentar as matérias e fotos de gastronomia da revista *Elle* francesa:

“Daí nasce uma cozinha do revestimento e do alibi, que se esforça sempre por atenuar, ou mesmo mascarar a natureza primeira dos alimentos, a brutalidade das carnes ou o inesperado dos crustáceos. O prato camponês só é admitido a título excepcional (o bom cozido familiar), como fantasia rural para cidadãos esnobes.”

Hoje, as enormes distâncias entre o local onde é produzido o alimento e onde ele é consumido não nos deixam lembrar que a bandeja de carne do supermercado já foi um boi, que viveu e comeu para morrer e nos alimentar. Também não lembramos que para aquela maçã de sobremesa chegar até nós foi preciso haver um esforço em deixá-la livre de insetos e doenças, e que existe uma árvore chamada macieira. A mídia, ao esconder essa face natural da alimentação, acaba nos levando a acreditar que a maçã brotou, cresceu e se formou na gôndola do supermercado. É a imagem do alimento sendo recombinada enquanto texto da cultura, como é o caso do amendoim citado anteriormente, em um processo de iconofagia que vai nos fazendo perder várias dimensões da nossa alimentação. Como diz Kamper (2002), consumimos apenas imagens bidimensionais e o processo de perda da terceira dimensão dos alimentos, aquela que os torna reais, está cada vez mais acelerado. Baitello Júnior (2005:85) também fala a esse respeito:

“A cultura das imagens (e a transformação de toda a natureza tridimensional em planos e superfícies imagéticas) abre as portas para uma crise de visibilidade, dificultando aqui não apenas a percepção das facetas sombrias, mas até mesmo, por saturação, aquelas regiões iluminadas. Assim, como toda visibilidade carrega consigo uma invisibilidade correspondente também a inflação e a exacerbação de imagens agrega um desvalor à própria imagem, enfraquecendo sua força apelativa e tornando os olhares cada vez mais indiferentes, progressivamente cegos, pela incapacidade da visão crepuscular e pela univocidade saturadora de imagens iluminadas e iluminadoras.”

O caderno “Paladar” do dia 29 de maio foi uma edição especial sobre o tema viagens gastronômicas. Há que se lembrar que os temas gastronomia e turismo caminham juntos com frequência na construção de notícias. Geralmente uma reportagem sobre qualquer lugar turística mostra quais são os lugares mais adequados para se comer naquele local, além de mostrar as comidas típicas – uma maneira também iconofágica de se devorar a imagem desse lugar.

Nessa edição a capa é composta pela foto de um prato e pela de um cozinheiro da Síria. O título, “Lembranças de viagem”, e o subtítulo, “ Uma fotografia como esta, tirada em um passeio na Síria (...) é o modo mais prático de carregar uma viagem para casa”, mostram a necessidade que temos de colecionar e guardar imagens de nossas experiências de vida. Ao longo do caderno, fotos de vários pratos ao redor do mundo: Londres, Pequim, Nova York, Istambul, todas em uma subsequente devoração de pratos, culturas e mundos diversos. Não importa nesse momento se há ou não uma crise de falta de alimentos no mundo. O que interessa para aqueles que se inscrevem no universo gastronômico é pertencer, ser visível e, para alcançar esse *status* nada como percorrer o mundo em busca de sabores exóticos e diferenciados. Afinal, além de queremos ser vistos, queremos ser cidadãos do mundo, ter acesso a todo tipo de prazer que exista, como pontua Bauman (1998:85):

“Não há mais ‘fronteiras naturais’ nem lugares óbvios a ocupar. Onde quer que estejamos em determinado momento, não podemos evitar de saber que poderíamos estar em outra parte, de modo que há cada vez menos razão Para ficar em um lugar específico (e por isso muitas vezes sentimos uma ânsia premente de encontrar – de inventar – uma razão).

Faz sentido nesse contexto cultural e social que a mídia no caderno “Paladar” crie imagens de uma gastronomia distante, que habita apenas sonhos de futuras viagens. Assim, essa valorização de comidas e lugares distantes pertence à categoria do entretenimento, oferecendo um escape à dura realidade – a crise dos alimentos. Afinal, parece melhor pensar em prazeres gustativos do que em uma possível fome futura.

Nesse mesmo contexto, as páginas de gastronomia de quinta-feira, dia 22 de maio, da *Folha de S.Paulo* falam sobre o lançamento da edição brasileira do *Léxico Científico-Gastronômico*, livro que analisa a comida nos seus componentes químicos (*figura 4*). A matéria é ilustrada com fotos da Gastronomia Molecular, que trabalha a desconstrução química dos alimentos, quando os mesmos deixam de parecer comida e



passam a ser elementos químicos. Essa realidade em que a comida se assemelha a algo para ser visto e não comida, influencia diretamente o processo comunicativo entre leitor e veículo. Lotman (ibidem: 89) diz: “En la comprensión actual del texto, éste deja de ser un portador pasivo del sentido y actúa como un fenómeno dinámico, internamente contradictório.”

Dessa maneira, essa dicotomia da comida da alta gastronomia, que precisa ser vista, mais do que ser comida, ilustra o confronto paradoxal entre a necessidade de informar e a necessidade de entreter do jornalismo contemporâneo. Se for necessário informar o leitor, é preciso também deixá-lo ver a realidade de uma maneira leve e divertida. A partir desse ponto, temos hoje um ambiente midiático caracterizado pelo infotimento que, segundo Dejavite (2006:15) é aquele conteúdo editorial que fornece informação e diversão ao leitor e, ao mesmo, tempo constitui uma prestação de serviço. Nos exemplos citados da cobertura da gastronomia pela *Folha de S. Paulo* e pelo *O Estado de S. Paulo* o jornalismo ali praticado está muito voltado para essa prática, oferecendo um mundo dos sonhos, onde a gastronomia é um passaporte para um universo onde tudo é belo e a comida, abundante, sempre pronta a servir de cobaia para mais uma experiência gastronômica.

### **A fome, a gula e os processos comunicativos**

Diante das páginas apresentadas anteriormente, a observação de como a mídia cria imagens díspares da alimentação contemporânea oferece alguns indícios de qual é a nossa relação social e cultural nos dias de hoje com a alimentação. Como textos da cultura, essas matérias jornalísticas criam imagens que se chocam enquanto eventos que acontecem paralelamente e são reconstruídos na realidade jornalística. Além do caráter de representação mediada da realidade, fato característico da atividade jornalística, é importante lembrar que não existe uma realidade pura nas notícias jornalísticas, e sim uma construção do que é real que acaba se tornando notícia. Nelson Traquina (2004) lembra que as notícias devem ser vistas como uma construção social, o resultado de inúmeras interações entre diversos agentes sociais que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol das suas estratégias de comunicação. Dessa maneira podemos dizer que as imagens produzidas na mídia não são um pretense espelho da realidade, mas sim uma realidade construída a partir da linha editorial e, portanto, ideológica, de cada veículo jornalístico.



É justamente nesse contexto que observamos uma construção de imagens paradoxais na mídia impressa. Em algumas páginas da mesma edição de um jornal é possível encontrar notícias catastrofistas sobre o fim do mundo e dos alimentos, e logo adiante podemos ter belíssimas páginas sobre temas saborosos da gastronomia. Trata-se de uma dicotomia que também podemos observar no paralelismo que coloca notícias gastronômicas e de busca pela magreza absoluta lado a lado. No universo do infotimento, onde a notícia cada vez mais se aproxima apenas da obrigação de entreter seu leitor, essas imagens acabam gerando novas e intrigantes imagens da cultura. Afinal, se temos alimentos o bastante para nos preocupar com o sabor deles, e se esse é um ideal da contemporaneidade, não deveria ser tão obrigatório termos um corpo magro como as revistas, programas de TV e jornais nos impõem constantemente.

O que pode ser apreendido desse contexto é que os sistemas alimentação e mídia se inter cruzam gerando novos e importantes textos da cultura, e hoje a semiose entre fome e abundância é uma constante nos veículos da mídia impressa. Vivemos hoje um mundo em que fome, abundância, beleza e magreza se cruzam no mesmo sistema cultural, e ao entrar em contato com a mídia, essa semiose gera poderosos textos culturais, que se impõem como modelos de ação para nossa vida.

Como animais que somos, a fome certamente sempre será o nosso medo primário, advindo de séculos de luta contra ela. Nos exemplos dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, podemos constatar, por fim, que a temática da fome acaba por conseguir um espaço mais nobre e importante nas páginas dos jornais do que a cobertura sobre as novidades da gastronomia. Primeiramente porque se trata de um tipo de notícia que movimenta a economia mundial e que frequenta as manchetes dos jornais do mundo. Por outro, o seu destaque também se deve aos rigores que a fome impõem à nossa espécie, como podemos observar em Castro (2005):

“A fome é, conforme tantas vezes tenho afirmado, a expressão biológica de males sociológicos. Está intimamente ligada com as distorções econômicas, a que dei, antes de ninguém, a designação de subdesenvolvimento. A fome é um fenômeno geograficamente universal, a cuja ação nefasta nenhum continente escapa. Toda a terra dos homens foi, até hoje, a terra da fome.”

Diante desse medo primordial da fome, as imagens geradas pela mídia impressa sobre fome e abundância dão preferência para a primeira, mas mostram uma sociedade confusa, que não sabe ainda como lidar com o paradoxo do excesso de alimento que



durou tão pouco – apenas cinco décadas, caso a previsão sobre a falta de alimentos se confirme -, ao mesmo tempo em que parece apaixonada como nunca pelo universo da gastronomia e sua promessa de sabores, texturas e prazeres inigualáveis. Cabe agora observarmos quais novas imagens esse percurso comunicacional irá gerar, e como a mídia impressa continuará representando esse momento da nossa cultura alimentar.

## **Bibliografia**

ARMESTO, F.F. *Comida: Uma história*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

BAITELLO Jr., N. *O animal que parou os relógios*. São Paulo, Annablume, 2003.

\_\_\_\_\_. N. *As imagens que nos devoram: Antropofagia e Iconofagia*. São Paulo, 2002. In: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/iconofagia.pdf>. Consultado em 23/06/2008.

\_\_\_\_\_. *O olho do furacão: a cultura da imagem e a crise da visibilidade*. São Paulo, 2002. Consultado em 23/06/2008.

BARTHES, R. *Mitologias*. São Paulo: Editora Difel, 2003.

BAUMAN, Z. *Globalização – As Consequências Humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

CASTRO, J. *Geografia da Fome*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

DEJAVITE, F.A. *Infotimento*. São Paulo: Editora Paulinas, 2006.

GUARESCHI, P. A. *Comunicação e Controle Social*. Petrópolis: Vozes, 2004.

KAMPER, D. *Imagem*. Extraído do livro “Cosmo, Corpo, Cultura. Enciclopedia Antropologica. Milão, Itália. 2002. In: [www.cisc.org.br](http://www.cisc.org.br). Consultado em 20/06/2008.

LOTMAN, J. M. *La Semiosfera I – Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Editora Cátedra, 1996.

MORIN, E. *Cultura de massas no século XX. O Espírito do Tempo 1 – Neurose*. Rio de Janeiro: Editora Forense- Universitária, 1977.

\_\_\_\_\_. *O Enigma do Homem*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo, v.1*. Florianópolis: Editora Insular, 2004.