



## Gastronomia, culinária e TV: um estudo do programa *Que Maravilha!*<sup>1</sup>

Helena Jacob<sup>2</sup>

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

### RESUMO

Visando analisar como se dá a construção de ambientes midiáticos da gastronomia e da culinária na televisão brasileira, esta comunicação estudou o caso do programa de TV *Que Maravilha!*, do canal de TV a cabo GNT. O programa recém-estreou e já faz sucesso usando a figura do *chef* francês radicado no Brasil Claude Troisgros. Pretendemos lançar um olhar sobre a alta exponebilidade da alimentação na televisão, estudando o atual momento quando os tradicionais programas de culinária, onde uma cozinheira ensina uma receita ao telespectador, foram substituídos por novos formatos, que hibridizam formas de programas de entrevista, programas de gastronomia e até *realities shows*.

**PALAVRAS-CHAVE:** gastronomia, culinária, televisão, programa, texto

Este artigo se propõe a analisar um tipo de programa de televisão que vem ganhado espaço na grade de programação dos canais de TV a cabo no Brasil: o programa de gastronomia. Diferenciando gastronomia da culinária, a primeira é, segundo Algranti<sup>3</sup>, a arte de comer mais por prazer do que por necessidade. Já a culinária é a arte da cozinha, ou seja, a arte de modificar quase que “magicamente”, um alimento, segundo Queiroz<sup>4</sup>.

Da mediação entre homem e alimento nasceu a relação que se constitui no ato de cozinhar. Transformar o alimento na cozinha é uma técnica de mediação que utiliza os códigos da alimentação, ou seja, os próprios alimentos, e os modifica, gerando a linguagem das técnicas de cozinha. Dessas linguagens originam-se ambientes midiáticos que trazem uma nova proposta de comunicação, como é o caso dos programas de TV de culinária e de gastronomia.

É importante lembrar que os programas de TV referentes ao universo da alimentação iniciaram-se no formato, hoje clássico e ainda muito utilizado, dos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, com pesquisa sobre Gastronomia e Mídia, sob orientação da Profa. Dra. Lucrécia D’Alessio Ferrara. Professora da Faculdade Cásper Líbero e do Centro Universitário Fecap. Email: [h.jacob@uol.com.br](mailto:h.jacob@uol.com.br).

<sup>3</sup> ALGRANTI, M. *O Pequeno Dicionário da Gula*. Rio de Janeiro, Editora Record: 2000: 89.

<sup>4</sup> QUEIROZ, Maria José. *A comida e a cozinha*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1984: 34.



programas de culinária. Nesses programas, uma cozinheira(o) ensina o público a preparar um prato (geralmente uma receita por programa) ou um *menu* completo (o que ocorre raramente). O formato pouco varia: há uma apresentação do programa, mostram-se os ingredientes que serão utilizados (que já foram estrategicamente retirados de latas e embalagens que possam fazer propaganda de marcas que não são anunciantes daquele programa) e começa o preparo da receita. Ao final, a cozinheira(o) mostra o resultado, que quase sempre é um prato preparado previamente, não aquele cozinhado durante o programa<sup>5</sup>.

Na TV norte-americana, fez tanto sucesso a incursão da culinária Julia Child<sup>6</sup> em programas matinais que ensinavam as donas de casa a cozinhar nas décadas de 1970 e 1980, que Julia virou tema de um filme lançado em 2009. *Julie&Julia*, dirigido por Nora Ephron, tem como tema a paixão de uma secretária (Julie Powell) pelos programas e livros de Julia Child. Inspirada na obra da cozinheira, Julie se propõe um desafio: cozinhar em um ano todas as receitas do livro mais vendido de Julia, *Mastering the Art of French Cooking*. O blog se torna um sucesso e Julie vira escritora profissional, num caso verídico que foi transposto para o cinema.

Já na TV brasileira o exemplo de Ofélia Anunciato é o mais oportuno para se falar de programas de culinária. Ela estreou como culinária na TV Santos em 1958 e depois de seis meses de sucesso começou a trabalhar na TV Tupi, apresentando o quadro de culinária do programa “Revista Feminina”. Ofélia permaneceu na emissora até 1968, quando ela e sua equipe foram contratadas pela Rede Bandeirantes, onde criaram a “Cozinha Maravilhosa de Ofélia”, interrompido somente com a morte da apresentadora em 1998. Nesse programa, a apresentadora auxiliada por uma ajudante, preparava um prato diferente a cada dia e a atração era matinal, indo ao ar de segunda a sexta-feira.

No programa de culinária, fórmula no Brasil imortalizada por Ofélia, mas seguida com sucesso atualmente por programas como *Mais Você*, da apresentadora Ana Maria Braga na Rede Globo e *TV Culinária*, de Palmirinha Onofre, na TV Gazeta, o que importa é ensinar a cozinhar. Explica-se a receita em um processo didático, que visa mostrar ao espectador como preparar aquele prato. No entanto, poucos são os

---

<sup>5</sup> Por questões de tempo seria impossível, principalmente no caso de assados, mostrar o resultado final dos pratos.

<sup>6</sup> Norte-americana que viveu alguns anos em Paris, onde estudou na escola Le Cordon Bleu e escreveu o livro *Mastering the Art of French Cooking*, grande sucesso de vendas no mundo todo e que impulsionou a carreira da autora em programas de culinária na TV dos EUA.



espectadores que testam tais receitas. Muito mais numerosos são aqueles que apenas se distraem assistindo a esses programas de culinária. Considera-se aqui, dessa maneira, a importante discussão dessa linguagem como uma forma de entretenimento e de desenvolvimento da comunicação do alimento, que se desdobra nos novos formatos que interessam a este artigo, os programas de gastronomia.

O programa de TV referente à gastronomia também ensina o telespectador a cozinhar, mas não só. Sua abordagem se dá em esferas mais complexas de significado, quando a comunicação entre sistemas da cultura se eleva a níveis de maior contato e troca de informações entre seus sistemas<sup>7</sup>. Julia Child e Ofélia Anunciato mostravam o modo de preparo do prato, mas não “harmonizavam” vinhos com aquele prato ou preparavam uma sobremesa com um ingrediente especial que irá transformar aquele menu em uma pretensa obra-de-arte, como fazem muitos dos programas de gastronomia veiculados atualmente na televisão brasileira. Muito menos surgiam no vídeo degustando com absoluto prazer, e até uma pitada de erotismo, as comidas que preparavam<sup>8</sup>.

Exemplos de programas como os citados podem ser vistos especialmente na programação do canal de TV a cabo GNT, da Globosat. O canal iniciou suas transmissões em 1991 com o nome de Globosat News Television, focado em notícias de caráter internacional. Em 2003 um novo posicionamento reorientou seu foco de ação para o público feminino e programas de beleza, saúde, moda e gastronomia passaram a compor a maior parte da grade.

O caso da gastronomia foi um sucesso particular, tanto que no site<sup>9</sup> do GNT, há um canal chamado “GNT gourmet”, dedicado inteiramente a esse tipo de programa da grade de programação. Foi pela GNT que o Brasil conheceu o *chef* inglês Jamie Oliver (*Jamie Oliver*), um recordista de venda de livros e uma celebridade na TV inglesa, e a também inglesa Nigella Lawson (*Nigella Bites*), conhecido pela “pitada” erótica que adiciona ao seu programa, pelo modo como experimenta as receitas que prepara no ar.

Oliver tornou-se celebridade na Inglaterra ao mostrar que ingredientes simples e frescos poderiam tornar o prato mais trivial uma experiência *gourmet*<sup>10</sup> e Nigella

---

<sup>7</sup> In: LOTMAN, J. M. *La Semiosfera I – Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Editora Cátedra, 1996.

<sup>8</sup> Esse modo de degustação é discutido nos EUA como uma representação da *food porn*. Ainda não catalogado academicamente, o conceito refere-se a programas de TV onde apresentadores cozinham com roupas provocantes ou fazem degustações com “caras e bocas” de aspecto erótico. Ver: “Movimento mistura erotismo e gastronomia”. In: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u374483.shtml>. Consultado em 30.06.2010.

<sup>9</sup> In: [www.gnt.globo.com](http://www.gnt.globo.com). Consultado em 27.06.2010.

<sup>10</sup> Termo utilizado no mesmo sentido de gastronomia, como o de uma experiência que explora a arte de comer bem e o prazer e não apenas a fome.



explorou a sensualidade da comida, mostrando ao público que está mais preocupada com o prazer que um bom prato pode proporcionar do que com seus alguns quilos a mais. Aliás, a imagem de Nigella, mais gordinha do que o padrão de magreza que domina a televisão, mas sexy, que se delicia sorratamente na madrugada comendo os doces que prepara, é uma forte arma de sedução e, claro, de marketing de seu trabalho e, por conseguinte, dos seus programas de TV.

Na esteira desses dois sucessos importados, vieram muitos outros, e também as produções nacionais. Entre os importados, *Kitchen Nightmares*, *reality show* do chef (também inglês) Gordon Ramsay, mostra verdadeiras torturas a que são submetidos alunos que se propõem a aprender técnicas de cozinha com Ramsay; *O Laboratório Gastronômico de Jimmy* apresenta um amigo de infância de Jamie Oliver tentando desvendar a ciência química por trás da indústria alimentícia; *O chef G. Garvin*, onde G. Garvin cozinha ao som do estilo musical *Hip Hop*, em um programa derivado da série *Cozinhar é simples*, apresentada por ele e também anteriormente exibida pelo GNT.

Entre as produções nacionais do canal, estão no ar atualmente *Comida.Org*, onde quatro chefs preparam receitas apenas com produtos orgânicos, que ao final do programa são degustadas por um grupo de “famosos” escolhido para cada exibição; *Viagem Gastronômica*, que acompanha a chef Karen Couto em uma viagem pelo mundo em busca de sabores sofisticados; *Tá na Época*, programa onde o chef Felipe Bronze ensina a cozinhar com produtos adequados às estações do ano; Em *Diário do Olivier*, o chef francês radicado no Brasil, Olivier Anquier, viaja pelo País em busca de pratos diferentes e saborosos. Por fim, entre as atrações nacionais, o novíssimo *Que Marravilha!*, onde o também francês radicado no Brasil, Claude Troisgros, ensina anônimos (que se inscrevem no site do programa) a preparar um prato especial.

Derivado do extinto, mas ainda em exibição, *Menu Confiança, Que Marravilha!* aposta em um formato interativo e que explora o “gostar de cozinhar e de saborear”, voltado para um público mais eclético e menos elitizado. Em *Menu Confiança*, Troisgros<sup>11</sup> cozinhava um prato, geralmente de alto grau de complexidade, que era combinado com um vinho indicado pelo jornalista e enólogo Renato Machado. O programa permaneceu seis anos na grade do GNT, mas foi substituído pelo formato

---

<sup>11</sup> Claude Troisgros é filho de Pierre Troisgros, chef francês que, na década de 1960, foi uma dos criadores da *nouvelle cuisine*, juntamente com Paul Bocuse. O movimento retirou das mesas as travessas cheias, fartas e pesadas da cozinha francesa e criou o conceito de comida leve e de apresentação minimalista, inspirada na cozinha japonesa. Hoje os princípios da *nouvelle cuisine* são praticados pela maioria dos restaurantes de alta gastronomia do mundo.



mais “popularesco” do *Que Maravilha!*, que explora o carisma de Troisgros (construído em *Menu Confiança*) e o apelo da participação do público via internet.

Observa-se aqui, em termos de linguagem que, se num primeiro momento os meios de comunicação exploraram predominantemente a culinária, houve uma valorização posterior da gastronomia e hoje vemos uma hibridização<sup>12</sup> de ambas as linguagens, movimento que nasce da estruturação dos alimentos como códigos da comunicação. O exemplo proposto para tratar deste programa de TV híbrido é *Que Maravilha*, onde discutiremos sua linguagem e a convergência que este texto da cultura<sup>13</sup> realiza com os meios digitais, visto que o seu ponto de partida é dado pela participação do telespectador na internet.

### **O programa de TV como texto da cultura**

Partimos do pressuposto de que, nos últimos anos, houve um aumento de produções televisivas que se dedicam a conferir visibilidade ao alimento e, especialmente, à gastronomia, linguagem derivada da culinária. Trata-se da mediatização do alimento em novo formato, que também usa a convergência de mídias, via comunicação online, para se expandir. Certamente a sofisticação da linguagem da gastronomia é uma mediatização que se adéqua de melhor maneira à TV a cabo, segmentada e portanto, com público pré-definido.

O recorte proposto neste artigo faz parte da pesquisa de doutoramento “Gastronomia e Mídia”, atualmente em andamento no programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP sob orientação da Profa. Dra. Lucrécia D’Alessio Ferrara, que visa analisar a constituição dos ambientes midiáticos da gastronomia na contemporaneidade, e uma de suas vertentes é justamente a linguagem audiovisual, da qual a TV é parte fundamental de análise.

No campo da análise televisiva, verifica-se que tentar entender o funcionamento de um tipo de programa tão pouco estudado como este – o programa de culinária – não é tarefa simples. Ainda mais que nos propomos aqui a distinguir o programa tipo de culinária do tipo de programa em maior destaque na TV contemporânea, aquele dedicado à gastronomia. Propomos uma análise da linguagem deste programa e do quadro cultural contemporâneo que possibilita a experimentação técnica neste formato

---

<sup>12</sup> Termo utilizado no sentido dos estudos da cultura, significando um relacionamento de troca comunicacional entre as duas linguagens propostas, que originam outra linguagem pelo seu encontro.



televisivo. Observamos na comunicação contemporânea uma abordagem que hibridiza o formato do programa de culinária que ensina a se produzir uma receita com o formato *reality show*, onde uma pessoa anônima realiza uma tarefa para a qual não é especializada. Mesmo se considerarmos que o *reality show* refere-se, originalmente, a um programa de TV ao vivo, há vários experimentos com “a vida de verdade filmada para o telespectador” em curso na televisão contemporânea.

Para este artigo utilizaremos o conceito de programa de TV de Arlindo Machado (2005)<sup>14</sup>:

Programa é qualquer série sintagmática que possa ser tomada como uma singularidade distintiva, com relação às outras séries distintivas da televisão. Pode ser uma peça única, como um telefilme ou um especial, ou uma série em capítulos definidos, um horário que se prolonga durante anos, sem previsão de finalização, e até mesmo a programação inteira, no caso de emissoras ou redes segmentadas ou especializadas, que não apresentam variação de blocos.

Quando nos propomos a analisar o programa de TV, trabalhamos com uma série de signos compostos que criam um significado, que trataremos aqui como uma expressão da cultura. Culinária e gastronomia são linguagens da cultura da alimentação que utilizando os alimentos como código e os utensílios de cozinha como mediadores, resultando em uma midiaticização que é o programa de TV.

Tanto que a série de signos que constitui o programa só se realiza e faz sentido se este for estruturado levando em consideração seu público receptor e as suas aspirações. Para um público de culinária, predominantemente composto por donas de casa, o foco do programa se localiza na realização de um prato, um texto da cultura que ganha forma na televisão, que tem os seus “segredos” de realização desvendados. Muitas vezes nesse processo o segredo se torna público em um programa ao vivo, o que pode aumentar o sucesso da atração. Em um programa de gastronomia o foco de sentido é construído para um público interessado pelo universo dos sabores e experiências da “arte de comer e cozinhar mais por prazer do que por necessidade”.

Observa-se nos sistemas culturais relacionados à alimentação um fenômeno interessante nas últimas duas décadas: a construção de textos da gastronomia que se dedicam a expor mais os prazeres do alimento, em mediações que colocam o alimento como portador do que chamaremos aqui de “passaporte” para o mundo sofisticado e exclusivo da gastronomia. Assim, se janto em um restaurante sofisticado, adentro aquele mundo. Se assisto ao programa *Menu Confiança*, é porque tenho interesse em pratos

---

<sup>14</sup> MACHADO, Arlindo. A Televisão levada a sério. São Paulo, Editora Senac, 2005: 27



exclusivos e na sua combinação com a bebida certa. Em *Que Marravilha!* o passaporte é para um local onde se pode ser estrela por um bloco e cozinhar ao lado de um *chef* de cozinha famoso, fazendo confluir no mesmo texto da cultura características da culinária e da gastronomia, como veremos na sequência.

### ***Que Marravilha!:* a hibridização da culinária e da gastronomia**

Machado (2005)<sup>15</sup> lembra que a oralidade é uma característica marcante da televisão, visto que sua linguagem é derivada do rádio, o que traz consequências que se aplicam a muitos programas televisivos de gastronomia e particularmente ao objeto aqui proposto:

Essa disponibilidade para o discurso oral, de um lado, desviou a televisão para a facilidade, a comodidade e a banalidade dos *talk shows*, em geral voltados para a celebração de suas próprias estrelas, ou para algumas de suas derivações ainda mais degeneradas, como os programas de auditório e os *reality shows* (programas de intrigas domésticas e agressões físicas ou verbais, em geral protagonizadas por um lumpesinato em estado terminal, que aceita a humilhação pública por quaisquer trocados). Mas, de outro lado, favoreceu também o ressurgimento na televisão de formas muito antigas e muito vitais, formas que estão na raiz mais profunda de toda a nossa cultura: aquelas que se fundam no diálogo. Dizemos “formas” no geral e no plural, porque, na televisão, o diálogo pode assumir as mais variadas modalidades: a entrevista, o debate, a mesa redonda e até mesmo o monólogo que pressupõe algum tipo de interlocução com um diretor oculto ou com o telespectador.

É justamente o diálogo que origina a estrutura que de *Que Marravilha!*. Aproveitando o fato de que Claude Troisgros já era conhecido do público do Canal GNT, a direção do programa decidiu investir mais na sua “celebridade”. O *chef* francês deixou de ser aquele que preparava as receitas que dividiam a atenção com os vinhos de Renato Machado e passou a ser celebridade única. É ele que aparece no início do programa escolhendo e apresentando o participante daquele dia e é Troisgros que fecha o programa, dando uma nota final ao prato realizado a esse mesmo participante.

Hibridizando os códigos midiáticos de *reality show* e de programa de culinária, o programa televisivo em questão não abandona o universo sofisticado e exclusivo da gastronomia, tendo em vista que nunca se cozinha um macarrão ao sugo, ou seja, um prato simples, mas sempre algo como um “Filé a Wellington”<sup>16</sup> ou um “Salmão com chuchu ao vinagrete” e “Suflê<sup>17</sup> de Goiabada”. Observa-se uma estrutura de linguagem

<sup>15</sup> Idem, ibidem.

<sup>16</sup> “Peça de filé *mignon* inteira, grelhada e envolta em massa folhada – incrementada com recheio de cogumelos cozidos no vinho tinto, com cebola e salsa, formando uma camada entre a carne e a massa – e assada em forno forte” (ALGRANTI, M. *O Pequeno Dicionário da Gula*. Rio de Janeiro, Editora Record: 2000: 232).

<sup>17</sup> “Termo francês que vem do verbo *souffer*, que significa respirar. É uma preparação leve e fofo (...) que também serve como sobremesa” (idem, ibidem: 469).



televisiva que pretende entreter o telespectador, muito mais do que levá-lo a cozinhar, numa direção oposta aos programas de Ofélia Anunciato e Julia Child, por exemplo.

Em matéria veiculada no site Terra em 14 de abril deste ano, o repórter Márcio Maio diz que o trabalho de Troisgros se destacou no Brasil pela sua facilidade técnica em adaptar ingredientes brasileiros às técnicas da cozinha francesa e no programa *Que Marravilha!*, a intenção é aproximar o *chef* da sua audiência, convidando telespectadores comuns, sem aptidões culinárias, e colocá-los no comando do fogão. "O que eu acho bacana é que existe um olhar profissional, mas em um clima quase de reality show. Não tem aquele ar pesado de só ensinar a picar a cebola e outros ingredientes", diz Claude Troisgros na reportagem.

Na dinâmica do programa, os interessados em participar se inscrevem no site do canal GNT mandando um vídeo que explica o seu interesse em aprender a cozinhar naquela atração. Antes de conhecer o anônimo da semana, Troisgros assiste ao vídeo que esse participante enviou para fazer sua inscrição, e logo depois o encontra pessoalmente. Desse breve encontro, os dois já partem para um supermercado ou feira, onde irão comprar os produtos do prato que será preparado naquele episódio de *Que Marravilha!*. Depois de preparar uma única vez o prato com seu convidado ao lado, os dois marcam uma data para que a refeição seja repetida pelo "aprendiz" e servida para amigos e/ou familiares do "novo cozinheiro", quando receberá uma nota de todos os convivas, sendo que a última nota é de Troisgros.

A estratégia do programa é explorar o crescimento deste tipo de programa entre as classes B e C no Brasil. Em reportagem publicada no jornal *Folha de S.Paulo* em 14 de abril de 2010<sup>18</sup>, a diretora do GNT, Leticia Muhana afirma que "dados recentes comprovam o crescimento de telespectadores das classes B e C na TV a cabo" e que "se queremos uma proximidade com o público de casa, precisamos colocar essas pessoas anônimas na nossa programação. Fazer com que eles se enxerguem ali".

É nesse diálogo entre público, celebridade (Claude) e cozinha que nasce este tipo de programa, explorando o *glamour* da alta gastronomia, mas também a vontade anônima de cozinhar e, ao mesmo tempo, aparecer na televisão. Josimar Melo, crítico de gastronomia, diz ainda, na mesma reportagem, sobre a programação atual de TV voltada para a cozinha que "durante anos, era só culinária. Num segundo momento,

---

<sup>18</sup> In: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u718720.shtml>





entra a gastronomia, programas de cozinha mais sofisticados. Hoje, há produções de cultura gastronômica, não dedicados exclusivamente à culinária”.

Retomando a questão do diálogo, o programa estrutura-se todo na fala dos participantes, do *chef* Claude Troisgros ao convidado da semana. É na conversa entre os dois que o “novato” aprende a cozinhar aquele prato, é na conversa que, ao final, se dá a nota pela sua participação. Sodré (1977:25)<sup>19</sup> lembra que:

É no diálogo, portanto, que a comunicação se revela plenamente como *troca*, dando margem ao conhecimento recíproco dos sujeitos ou até ao conhecimento de si mesmo, na medida em que pode incorporar o discurso do outro. É preciso resguardarmo-nos de toda metafísica do diálogo (ou de uma metafísica da troca), mas é também necessário saber apreendê-lo como espaço lingüístico onde as diferenças intersubjetivas aparecem, indicando uma perspectiva de verdade da relação de comunicação.

Portanto, é justamente no diálogo que se realiza a troca informacional que estrutura a linguagem comunicativa do programa de TV. Ao pontuar os diálogos dos participantes de TV, *Que Maravilha!* nos mostra um universo comunicacional onde a culinária é uma parte da estrutura. Saber cozinhar é quase um detalhe, pois aparece em primeiro plano a estrutura do *reality show*: a exposição do novato que cozinha e tem suas “trapalhadas” supervalorizadas, a nota da família e do *chef*, mostrando o julgamento de suas habilidades. O prato, estrela do programa de culinária, fica em segundo plano em relação a esses acontecimentos.

Sodré (idem)<sup>20</sup> pontua que “a linguagem (ou expressão) televisiva é uma ficção tecnológica de comunicação” e que “a forma televisiva simula operacionalmente o mundo ou – talvez seja melhor dizer – ‘os modelos’ atuantes de mundo. A realidade concreta perde seu vigor diante da forma reprodutiva. De fato, ao cozinhar para a TV, a comida perde toda a sua naturalidade, sua crueza. Ela é mediada pela tecnologia, assim como na mídia impressa, e se transforma em um novo signo, aquele da reprodução. Como lembra Barthes (2007:130)<sup>21</sup> ao analisar as matérias e fotos de gastronomia da revista *Elle* francesa:

Daí nasce uma cozinha do revestimento e do álibi, 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.

---

<sup>19</sup> SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala – função e linguagem da televisão no Brasil*. São Paulo, Editora Vozes, 1977.

<sup>20</sup> Idem, *ibidem*.

<sup>21</sup> BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo: Editora Difel, 2003



Dessa simulação pontuada por Barthes e que lembra Baudrillard<sup>22</sup> (1981), consideramos que a TV simula o ambiente comum de uma cozinha mas que, obviamente, há uma construção ideal do cenário adequado para este meio, que estruturaliza uma mediação complexa da alimentação. Na cozinha do programa de TV não se expõe um corte de carne sangrento ou um bolo que deu errado. Assim como na revista, interessa a esse tipo de veículo de mídia a perfeição. Perfeição que o aprendiz da estrela principal de *Que Marravilha!* não saberá reproduzir.

### **A estrutura de *Que Marravilha!***

Consideraremos, para efeito de análise, o segundo episódio de *Que Marravilha!* exibido em 21 de abril deste ano. A abertura do programa mostra Claude Troisgros contando que passou a vida experimentando ingredientes, primeiro com sua família na França, e depois aqui no Brasil, enquanto imagens de sua família, do seu trabalho e de seus pratos compõem a mensagem televisual. Depois ele deixa claro: “agora, resolvi ensinar um pouquinho do que sei até mesmo para as pessoas mais atrapalhadas”. Esse é o mote principal da estrutura de *reality show* do programa: explorar as trapalhadas da pessoas reais, que não são *chefs*, na cozinha e compará-los ao *chef*, o mestre.

Na abertura destacam-se as pessoas que enviaram seus vídeos para o site do programa antes mesmo de sua estréia (graças à divulgação prévia), onde a edição privilegia justamente os mais atrapalhados: uma delas fala “eu não tenho talento nenhum!” e marido dela que completa: “nem ovo ela sabe fritar”. Ambos foram estrelas do episódio sete do programa. Na sequência, outra futura estrela diz “sempre dá alguma coisa errada”. Ao final dos 7 segundos em que esses personagens aparecem como figurantes da abertura, o já tradicional “mosaico” de pessoas, um formato repetido a exaustão nos *reality shows*, toma a tela por 4 segundos, quando Troisgros afirma “esse programa vai pegar fogo” e a tela se incendeia em um efeito gráfico de TV.

Na sequência, o *chef* surge como o herói que entra na cozinha e se depara com um ovo frito “esturricando” no fogão. Imediatamente, com seu talento e sob aplausos de uma fictícia platéia, ele balança a frigideira e surge o ovo perfeito do ponto de vista gastronômico. Logo a seguir um prato tipo PF (prato feito) recebe o olhar de desaprovação de Claude, que o transforma, com seus poderes mágicos de *chef*, em um espetacular prato com estética de alta gastronomia.

---

<sup>22</sup> BAUDRILLARD, J. *Simulacros e Simulações*. Lisboa, Relógio D'água, 1981.



Apenas nessa abertura podemos observar várias hibridizações de linguagem. A edição do programa utilizou a linguagem da internet, mostrando o blog onde o público pode se inscrever, a linguagem dos *realities shows* e a linguagem dos quadrinhos no super-herói personificado por Troisgros, que salva a cozinha dos inexperientes que se aventuram por ela. O programa mostra que foi construído como um texto da cultura que valoriza a gastronomia personificada pelo *chef* francês, mas que expõe a verossimilhança simulada do real, na figura das pessoas comuns que simulam cozinhar em uma cozinha de verdade – a de suas casas, mas que foi transformada por toda a estrutura da produção televisiva.

É fundamental considerar, nessa estrutura, algumas características do programa de TV. Dentre elas, se destaca a seriação, fundamental para o formato. Machado<sup>23</sup> diz que:

Uma outra característica marcante da televisão é a seriação. Como se sabe, a programação televisiva é muito freqüentemente concebida em forma de blocos, cuja duração varia de acordo com cada modelo de televisão. Uma emissão diária de um determinado programa é normalmente constituída por um conjunto de blocos, mas ela própria também é um segmento de uma totalidade maior - o programa como um todo - que se espalha ao longo de meses, anos, em alguns casos, até décadas, sob a forma de edições diárias, semanais ou mensais.

Por conta desta seriação fica mais claro porque a abertura de *Que Maravilha!* é composta por personagens que ainda farão parte – ou que já fizeram, dependendo da data de exibição do programa - , porque na seriação do programa de TV, o telespectador poderá reconhecer no futuro essas pessoas, tornando a abertura uma estrutura compreensível no seu todo. É por tal característica, também, que a abertura faz sentido se analisada em relação aos seus blocos seqüenciais, como faremos a seguir.

Na seqüência do programa acontece a apresentação do “novato” da vez, aquele que foi escolhido pelo vídeo enviada à produção do programa. No segundo episódio Robert Cabot é artista plástico, casado com uma *chef* de cozinha, Rebecca, que está grávida e não cozinha atualmente graças aos enjôos. A tela mostra a apresentação de Cabot e se divide, 8 segundos depois, em duas telas, sendo que na segunda aparece a imagem de Troisgros assistindo a apresentação do “novato da vez”. Ao final, o *chef* avisa que o desejo da mulher de Cabot de comer peixe com goiabada é complicado, mas que ele “teve uma idéia e vai dar tudo certo”.

---

<sup>23</sup> MACHADO, Arlindo. “Modos de pensar a televisão”, Revista Cult, número 155. In: <http://www.dubitoergosum.xpg.com.br/a84.htm>. Consultado em 26.06.2010.



Após algumas imagens do cotidiano do Rio de Janeiro, onde o programa é filmado, Claude se encontra com Robert na praia de Copacabana, conversam sobre os desejos de Rebecca que motivaram a participação dele no programa, e saem às compras, quando Claude ensina o novato e o telespectador, simultaneamente, a comprar um bom peixe fresco. Acaba, assim, o primeiro bloco (com duração de 4 minutos 15 segundos) e o próximo passo será dado na cozinha cenográfica de Troisgros, onde ele ensinará Cabot a preparar o prato que deverá ser repetido na casa deste último.

O segundo bloco (duração total de 6 minutos e 25 segundos) se inicia com uma pessoa anônima de fato (que não pertence à estrutura do programa) e que fala “Que maravilha!” com um leve sotaque imitando o francês. Logo a seguir o assunto é retomado por breve resumo de 27 segundos. Essa é uma característica da seriação apontada anteriormente: a retomada do assunto quando se muda o bloco, capítulo ou episódio (idem, *ibidem*)<sup>24</sup>. No caso da TV essa estratégia visa, geralmente, capturar aquele telespectador que zapeia<sup>25</sup> indiscriminadamente e que resolve assistir ao programa pela metade.

Após o resumo, o episódio recomeça e Claude dá a aula típica de um programa de culinária. Ele faz as duas receitas, passo a passo, com Robert Cabot, o aprendiz, anotando todos os detalhes. A intenção é que ele aprenda as receitas, as experimente no final – como ambos farão, juntos – e repita o prato na cozinha da sua casa, quando o resultado será analisado pela sua mulher (que tinha o desejo de comer peixe com goiabada<sup>26</sup>) e pelo juiz/professor Claude Troisgros.

Pode-se apontar aqui uma tentativa, novamente, de simulação da realidade, mas não se trata, certamente, de uma repetição ingênua do que se espera ser real. Muito pelo contrário. O que se observa, neste momento, é uma construção de realidade específica e adequada aos propósitos do programa. O seu público não é o de um programa de culinária, nem simples são os seus participantes. Claude Troisgros carrega um dos nomes mais importantes da gastronomia mundial. Seu pai, Pierre Troisgros, foi um dos criadores da *nouvelle cuisine*, movimento que na década de XX, renovou a alta gastronomia francesa com pitadas de inspiração asiática, em um processo cultural semelhante ao que a *nouvelle vague* havia realizado com o cinema ao final da década de

---

<sup>24</sup> MACHADO, Arlindo. “Modos de pensar a televisão”, Revista Cult, número 155. In: <http://www.dubitoergosum.xpg.com.br/a84.htm>. Consultado em 26.06.2010.

<sup>25</sup> Termo derivado do efeito *zapping*, ato do telespectador de navegar pela programação de TV com o controle remoto, procurando algo que lhe agrade.

<sup>26</sup> Foi do desejo de Rebecca que Claude criou os pratos desse episódio: “Salmão com chuchu ao vinagrete” e de “Suflê de Goiabada”.



1950. Robert Cabot e sua mulher, Rebecca, são representantes da classe média alta, dotados de gostos sofisticados do ponto de vista gastronômico. Afinal, nessa simulação, não se pode recorrer a qualquer participante, pois o público do programa também carrega o mesmo tipo de perfil e espera tanto a identificação quanto a sensação de *déjà vu*, de já ter visto aquele tipo de personagem e até mesmo a estrutura deste texto televisivo da cultura anteriormente. Balogh (2002: 29)<sup>27</sup> diz:

As condições de recepção do produto televisual nos levam frequentemente à incomoda sensação de *déjà vu*, difícil de superar dentro da programação televisual. Como é óbvio, uma ficção inserida dentro deste contexto que procuramos delinear aqui, ainda que retome de mitos e de antigas narrativas as suas estruturas elementares, terá no contexto televisual características *sui generis* que determinarão, certamente, relativização do sentido. Modos arcaicos de contar o mundo se entrelaçam com novíssimas tecnologias e resultam num produto ambíguo e instigante: a ficção televisual contemporânea.

Ousamos afirmar que a sensação de *déjà vu*, que Balogh situa apenas na ficção ao final da sua afirmação, não se encontra apenas no material televisivo ficcional. *Que Maravilha!* não é ficção, mas também não podemos chamá-la de espelho da realidade, como já discutido. É uma realidade construída e ficcionalizada, que se delinea entre a estrutura do *reality show* e do programa de culinária, construído o que pressupomos chamar aqui de programa de TV híbrido entre a gastronomia e a culinária.

Na terceiro bloco do programa (duração total de 9 minutos e 4 segundos), que começa após a aula de Claude para seu aprendiz dada no segundo bloco, o programa, curiosamente, não retoma os acontecimentos anteriores. No primeiro segundo deste bloco, Robert Cabot já está no seu apartamento se preparando para executar sua tarefa: refazer as receitas de “Salmão com chuchu ao vinagrete” e de “Sufilé de Goiabada”, exatamente como Claude as preparou anteriormente. Aí começam as trapalhadas do aprendiz. Tirar a pele do peixe, cortar o dedo na tarefa, fazer a calda do suflê fora do ponto, se confundir ao enrolar os filés de salmão, enfim, todos as trapalhadas que qualquer indivíduo não profissional de cozinha pode fazer. Enquanto isso, Troisgros, que chegou à casa do novato, Cabot, e espera na sala o resultado da experiência, vai conversando com a mulher dele e, ao mesmo tempo, com o telespectador soltando frases como “Hum, acho que não vai dar certo esse suflê”, olhando para a câmera e conversando com o telespectador.

Nota-se ai uma necessidade de estruturar uma narrativa que se assemelha à exposição típica dos *realities shows*, quando Cabot faz papel de “palhaço”, literalmente,

---

<sup>27</sup> BALOGH, Ana Maria. *O discurso ficcional na TV*. São Paulo, Edusp: 2002.



ao cometer erros na cozinha. Não é uma aberração violenta como em programas como *Kitchen Nightmares*, onde Gordon Ramsay humilha e espezinha seus aprendizes, chegando a jogar a comida que eles preparam no chão ou neles mesmos, mas é uma exposição de cunho cômico e um tanto desmoralizadora para o aprendiz.

Ao final, Troisgros dá uma nota para o desempenho de Cabot, que é 7,5, muito inferior aos 9,0 que a mulher lhe deu pelo mesmo desempenho culinário. Todas as notas são registradas e ao final de uma série de episódios, que inicialmente seria de 20, o melhor aprendiz com a melhor nota, ganhará um prêmio, ainda não revelado. A classificação, representada pela atribuição da nota, ocupa o quarto e último bloco (duração de 2 minutos e 56 segundos, o mais curto). Com o uso de dramaticidade de sons de tambores e de expectativa, a linguagem dramática é constituída e cria-se o suspense que mantém a tensão até o clímax final (a atribuição da nota), exatamente no formato que é comum ao programa tipo *reality show*. Depois do julgamento, imagens do aprendiz Cabot com sua mulher Rebecca fecham o programa, completadas pelo áudio de Troisgros convocando os telespectadores a participarem da atração.

### **Considerações finais**

Após a análise do programa *Que Maravilha!* pode-se observar que a sua estrutura se situa exatamente no formato híbrido. Há o primeiro bloco de apresentação do formato, quando a abertura e o aprendiz daquele episódio são mostrados, construindo a ação narrativa que será mostrada na sequência. Neste momento, o programa tem uma estrutura comum, mas que lembra a apresentação de um típico *reality show*. No segundo, predomina a linguagem do cozinhar, quando o alimento se deixa ver na construção da sua mediação e posterior mediação nas técnicas da culinária. Mas observa-se uma linguagem que já se mostra contaminada pela gastronomia, pois é desse universo que surge a estrela principal do programa, Claude Troisgros. Lembramos que é impossível assistir a um programa televisivo que tem como eixo principal uma celebridade sem dissociar a estrutura deste programa do currículo da sua estrela. No terceiro e quarto blocos o programa transforma-se quase que totalmente em *reality show*, quando as estratégias de treinamento, humilhação e julgamento, típicas desse gênero de programa de TV, são mostradas.

Após tais observações, pode-se dizer que o programa é um texto da cultura complexo, que se constrói na hibridização dessas linguagens, colocando-se na



fronteira<sup>28</sup> entre culinária e gastronomia. Outro espaço fronteiro que delimita esse tipo de texto e que o contamina é o sistema da mídia digital. Afinal, *Que Maravilha!* é um programa que só existe se anônimos se inscreverem e forem escolhidos pelo site do GNT, onde também podem acompanhar concorrentes, já que o site disponibiliza vídeos dos participantes.

Neste ponto verifica-se um fenômeno típico da análise do programa de TV: como meio farto em teste de novos formatos e onde as condições de experimentação são mais baratas tecnicamente do que no cinema, a TV proporciona o surgimento de experiências hibridizantes de linguagens como a desse programa que se destina a um público específico da TV a cabo, mas certamente será levado para a TV aberta.

Graças à alta exponebilidade da gastronomia na comunicação contemporânea, os ambientes midiáticos desta linguagem da alimentação têm se multiplicado e se transformado, gerando novos formatos e estruturas. *Que Maravilha!* é um representante deste fenômeno, sendo um programa que nasceu na alta gastronomia (*chef* Claude Troisgros e seu extinto programa *Menu Confiança*), passa pela culinária nas aulas de como cozinhar – certamente as receitas e técnicas serão incorporadas e até testadas por muitos de seus telespectadores -, e finaliza no formato *reality show* em um exemplo do aumento do espaço de visibilidade da gastronomia contemporânea.

## Referências bibliográficas

- ALGRANTI, Márcia. *Pequeno Dicionário da Gula*. Rio de Janeiro, Editora Record, 2000.  
BALOGH, Ana Maria. *O discurso ficcional na TV*. São Paulo, Edusp: 2002.  
BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo: Editora Difel, 2003.  
FECAROTTA, Luiza. “Programas de Culinária abandonam formato clássico”. *Folha de S.Paulo*, caderno “Ilustrada”. 21 de abril de 2010.  
FIDALGO, Janaína. “Movimento mistura erotismo e gastronomia”, *Folha de S.Paulo*, caderno “Ilustrada”. 21 de abril de 2010. 21 de fevereiro de 2008.  
LOTMAN, Iuri. *La Semiosfera I – Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Editora Cátedra, 1996.  
MACHADO, Arlindo. *A Televisão levada a sério*. São Paulo, Editora Senac, 2005  
MACHADO, \_\_\_\_\_. “Modos de pensar a televisão”, *Revista Cult*, número 155  
QUEIROZ, Maria José. *A comida e a cozinha*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1984  
SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala – função e linguagem da televisão no Brasil*. São Paulo, Editora Vozes, 1977.

<sup>28</sup> O conceito de fronteira define o espaço semiótico onde se realizam trocas de textos entre os sistemas da cultura. In: LOTMAN, J. M. *La Semiosfera I – Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Editora Cátedra, 1996.