

## **Das apropriações de modelos televisuais pela internet: reconfigurações midiáticas do programa de receita<sup>1</sup>**

Caroline Cavalcanti de OLIVEIRA<sup>2</sup>  
Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), Curitiba, PR

### **Resumo**

O presente artigo propõe reflexões relacionadas à utilização de modelos televisuais em vídeos produzidos para internet. Como estratégia de investigação, foram analisados desdobramentos do texto de receita culinária no audiovisual através da observação deste formato na televisão e em vídeos na Web. Para tanto, a pesquisa contemplou aspectos do programa de receita na TV e de vídeos com o tema em *sites* de compartilhamento, avaliando especialmente como vem se manifestando este conteúdo na Web sob influência de um paradigma televisual. Os textos de receita são interpretados neste estudo como produtos culturais, um recorte que ilustra debates envolvendo televisão e vídeo, mídia e internet, e tecnologias digitais.

**Palavras-chave:** televisão; vídeo; audiovisual; internet; receita culinária.

As reflexões apresentadas neste artigo são resultado de levantamentos iniciais realizados para o projeto de doutorado, em curso, sobre uma possível ressignificação midiática da culinária e da gastronomia. Sob influência de um fenômeno de moda, a ampliação do espaço para o universo da cozinha na indústria editorial e nas mídias alcançou o ambiente da internet e tem motivado a diversificação de produções acerca do tema em blogs, aplicativos e vídeos concebidos especialmente para a Web. Em levantamento realizado para esta etapa da pesquisa, observamos que, de um modo geral, o paradigma televisual é identificável em vídeos de receitas produzidos para a internet. Diante desta percepção, procuramos avaliar, comparativamente com o que ocorre na TV, como receitas culinárias são apresentadas na Web. Desse modo, a análise preliminar proposta neste artigo compreende observar as instâncias em que o texto de receita culinária, em diferentes suportes e com diferentes tecnologias, se apresenta como produto de parâmetros assumidos culturalmente. Pretende-se, aqui, analisar em que medida mudanças de suporte e tecnologia com as quais o texto de receita culinária se manifesta podem sugerir a adoção de novos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti do Paraná. Mestre em Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti do Paraná (2004). Integrante do GP Desdobramentos Simbólicos dos Espaços Urbanos em Narrativas Audiovisuais. e-mail: carocavalcanti@gmail.com

modelos – em especial, nas relações que compreendem o programa de receitas na televisão e o vídeo no ambiente da internet.

## **1 Receita culinária como objeto cultural: modelos textuais**

De anotações passadas de uma geração à outra, passando pelas demonstrações na TV e chegando ao uso dos aplicativos contemporâneos, a composição do texto de receita culinária revela a permanência de um modelo que sofreu poucas alterações desde tempos remotos até os dias atuais, apesar de avanços tecnológicos nas formas de divulgação destes textos. Podemos observar esta característica do texto de receita em publicações e produtos de mídia diversos graças ao fenômeno de moda vivido pela culinária e pela gastronomia: além da diversificação na indústria editorial e ampliação do espaço destinado a estas publicações nas livrarias, percebemos atualmente grande investimento da TV na produção de programas específicos de receitas. Seguindo esta tendência das mídias, temos também a proliferação de blogs e aplicativos de receitas, e sobretudo de vídeos na internet que, apesar da estrutura distinta da TV, tende a conservar o modelo específico do meio que a antecede.

Diferentes contextos, avanços tecnológicos, padrões que se repetem: ao compreendermos a noção de cultura a partir dos estudos propostos por Williams, é possível perceber razões para este encontro. A definição do autor parte do entendimento de que cultura “são significados compartilhados, o produto de todo um povo, e sendo oferecidos os significados individuais, o produto de toda uma experiência pessoal e social comprometida de um homem.” (WILLIAMS, 1989, p.8, tradução nossa). Para Williams, ainda, é “estúpido e arrogante supor que qualquer desses significados pode de algum modo ser prescrito; eles são feitos pela vivência, feitos e refeitos, de modos que não podemos saber antecipadamente.” (*id.*). Nesta acepção, podemos pensar cultura como um modo, ou modos de vida, assimilados, não necessariamente ensinados formalmente, mas que se constroem de modo inconsciente; que representam e se refletem no comportamento geral e que apresentam produtos de seu caráter consciente. Padrões culturais pressupõem constantes redefinições, adaptações, atualizações, e compreender o mundo a partir de seus objetos pode revelar não somente o quanto estes definem cultura, mas como também são por ela definidos.

Por um lado, “nenhuma leitura dos objetos culturais recentes ou antigos pode ser completa se não se considerar relevantes, em termos de resultados, a ‘lógica’ intrínseca do

material e os procedimentos *técnicos* que lhe dão forma” (MACHADO, 2001, p.11, grifo nosso). No entanto, não podemos descartar a constância das redefinições, adaptações e atualizações que fundamentam a noção de cultura; os ajustes e (re)organizações ininterruptos a constituem. Os modelos assumidos pelos objetos culturais e a forma como evoluem decorrem de preparo para que aconteçam. Experimentamos a *lógica* e a *técnica* no momento em que nossa relação com os objetos vai de encontro ao preparo cultural: a redefinição de um objeto cultural é, também, uma redefinição de nosso comportamento em relação a ele.

Em linhas gerais, temos presente na composição de um texto de receita culinária (i) a apresentação do objetivo (dado pelo nome ou descrição do prato que intitula a receita), (ii) os ingredientes a serem utilizados e sua quantidade prevista, e (iii) o modo de combinação destes ingredientes. A esta estrutura, pode-se acrescentar uma descrição ou representação do resultado a ser obtido, além de variantes da fórmula (como dicas para efeitos alternativos, por exemplo), e mesmo sugestões ou opções para a apresentação e acompanhamento do prato. Vale ressaltar que não há exatamente uma regra na composição do texto de receita; no entanto, historicamente, é comum encontrarmos uma distribuição deste passo a passo em (i), (ii) e (iii), sucessivamente, em suportes diversos. Desse modo, nas suas variadas manifestações – seja impresso num livro ou apresentado na televisão – podemos observar, em termos compositivos, que geralmente se segue um padrão de *escrita*<sup>3</sup>. Linearmente, o texto de receita impresso foi sendo moldado a partir de particularidades já apresentadas no manuscrito<sup>4</sup> e, mesmo que antes mais rebuscado ou menos objetivo, ganhou a forma básica (i), (ii), (iii) que permaneceu como estrutura predominante. A organização característica desse texto acabou migrando para outros meios, mesmo com a inclusão da oralidade e da imagem em movimento (ou seja, a receita no rádio e na TV).

O rádio trouxe para esta estrutura uma “combinação da informalidade do verbal com a formalidade da receita” (COLLINS, 2009, p.15, tradução nossa): quando no rádio, meio que conta essencialmente com a oralidade, a apresentação da receita acomodou inovações como o acréscimo de figuras de linguagem (o uso de onomatopeia e hipérbole, por exemplo, que conferiram mais dinamismo ao texto) e a admissão de comentários

---

<sup>3</sup> Não nos referimos à *escrita* como texto impresso, mas um formato de composição que compreende igualmente a oralidade, como o programa de rádio ou TV, entre outras produções audiovisuais.

<sup>4</sup> E que, historicamente, tem provável origem na forma oral da transmissão de receitas, seja no círculo familiar ou profissional.

(atribuindo mais personalidade ao locutor-apresentador, o que culminou com a noção de *chef-celebridade* na TV<sup>5</sup>). A migração do programa de receita do rádio para a TV tem relação direta com a publicidade. Em especial porque no início das transmissões de TV havia considerável espaço disponível, gradualmente preenchido com inserções comerciais: grande parte destes anúncios que já ocorriam no rádio, agora sob forma de esquetes cômicos, filmes ou programas promocionais anunciava aparatos e utensílios domésticos<sup>6</sup>. Tais veiculações acabaram por trazer demonstrações culinárias para a televisão, o que rapidamente ganhou contornos do programa como conhecemos atualmente. Em seu aspecto mais essencial, o ambiente televisual revelou-se propício ao desenvolvimento desse formato; conformando imagem, movimento e oralidade, o texto de receita encontrou, na TV, um espaço conveniente para se estabelecer. Assim sendo, o nicho já percebido pelo rádio foi importado e desenvolvido pela TV, deixando marcas profundas na maneira como nos relacionamos com a receita hoje, mesmo após o advento das tecnologias digitais.

A aparição do programa de receitas na TV coincide com o início das transmissões; em meados dos anos 1940 já tínhamos a oportunidade de *ler* uma receita com recursos próprios (e dinâmicos) da oralidade e de *degustar* o passo-a-passo da imagem em movimento na realização de um prato na TV (COLLINS, 2009). Mas, como lembra Marialva Barbosa, se “a página do livro pressupõe o manuseio, a virada da folha, a linearidade [...] do começo em direção ao fim, a televisão como objeto material induz a distintas maneiras de *ler*. Por outro lado, acionam-se processos cognitivos totalmente diversos” (BARBOSA, 2007, p.7, grifo da autora). Vejamos, portanto, como a receita culinária é admitida na configuração da TV.

Primeiramente, a existência de uma narrativa<sup>7</sup> tipicamente televisual (*ibid.*, p.3) nos remete à ideia de padronização. Nas instâncias internas dos programas de TV, nas inserções publicitárias, vinhetas, e nas relações *entre* estas manifestações audiovisuais<sup>8</sup>, há uma

---

<sup>5</sup> A imperativa presença de um rosto na TV, que culminou com a existência do *chef-celebridade*, está ligada ao caráter comercial do texto de receita, com origens na era do rádio e no início da televisão. Se antes a presença do apresentador tinha por objetivo conferir confiabilidade a produtos diversos, dada inclusive por testemunhais, esta noção deu condições para a criação do que propomos aqui chamar de *chef-celebridade*, uma figura conhecida na mídia que para além do sucesso como apresentador e *chef* na TV converte-se em marca e passa a ditar comportamentos.

<sup>6</sup> Em coincidência com as primeiras transmissões de televisão, podemos lembrar aqui da proliferação de tais equipamentos no momento pós-guerra, sobretudo nos EUA.

<sup>7</sup> É importante esclarecer que conforme a autora, e também no nosso entendimento, no ambiente da TV as noções de ficção e informação se confundem. O limite sutil entre real e ficcional mescla-se em apresentação e representação: é “essa mistura que faz com que a fala da televisão seja antes de tudo uma narrativa” (*op.cit.*, p.5).

<sup>8</sup> O entendimento do modo como essa narrativa se organiza é essencial para percebermos como se dá a experiência de TV, e como as partes que a compõem são subordinadas a um arranjo próprio: embora os

linguagem característica da televisão, independente da emissora ou do conteúdo veiculado. Segundo Barbosa (*op.cit.*, p.6), “[a] narrativa da TV usa o repertório limitado do olho, produzindo padronizações. São essas padronizações que dominam as emissões. Daí a repetição de fórmulas, de situações, de imagens, de diálogos e de gestos.” Ainda, para Kerckhove, “[a]bstraindo as questões de estilo, o discurso televisivo é o mesmo em todo o mundo.” (2009, p.225).

Enquanto forma, em sua essência, o programa de receitas admite variações, mas é o mesmo: sua estrutura fundamental compreende, por um lado, a já mencionada composição<sup>9</sup> (i) apresentação do objetivo, (ii) ingredientes, e (iii) combinação dos elementos, que remete ao modelo do texto de receita; e por outro, o paradigma televisual que envolve abertura, desenvolvimento e fechamento de um programa. Nesse contexto, podemos dizer que a forma assumida pela culinária na TV é sancionada pela estrutura de origem do texto de receita em relação à narrativa televisual. Em sua dinâmica interna, o texto de receita é ambiente propício para a repetição de fórmulas; no programa de televisão, a receita é a repetição de fórmula por excelência, como se estivéssemos diante de uma *construção em abismo*<sup>10</sup>. Além disso, a adequação do tema à previsão de espaços comerciais (quer no programa, com o anúncio direto ou indireto de produtos, quer separando-o em blocos, numa simulação de espera oportuna para o tempo de cozimento) vem de encontro à estrutura de *fluxo* própria da TV (WILLIAMS, 2003, pp.77-120).

Um importante aspecto trazido pelo programa de receita culinária que diz muito sobre as maneiras específicas de *ler* dadas pela televisão tem relação com a exploração dos processos cognitivos (BARBOSA, 2007, p.7). Como lembra Barbosa, a “narrativa da televisão se constrói apelando ao sensório” (*ibid.*, p.11), e talvez resida nesta característica do meio não apenas a permanência, mas o sucesso da abordagem da culinária na TV. A

---

programas de televisão, individualmente, possam ter propostas específicas, devemos lembrar que sua configuração narrativa foi moldada com o passar dos anos, especialmente em relação à grade de programação. Não poderíamos pensar em televisão sem considerar a inserção publicitária como “parte da experiência” (MARQUIONI, 2013, p.109). Considerar estes fatores inerentes ao ambiente televisual nos remete ao conceito de *fluxo* dado por Williams (2003, pp.77-120): para o autor, a forma como se apresenta a televisão pressupõe a noção de *fluxo*, que qualifica a integração entre os elementos – *itens (id.)* – que a compõem (basicamente, programas e inserções publicitárias, entre outras manifestações audiovisuais). E, no nosso entendimento, ainda que cada componente integrante *do fluxo* tenha uma dinâmica interna, é seu pertencimento ao todo, ou sua existência *em fluxo*, que possibilita a experiência televisual. Podemos dizer que mesmo o *zapping* integra-se ao *fluxo* na medida em que se tornou intrínseco ao ato de assistir TV.

<sup>9</sup> Ainda que cada vez mais dinâmicas sejam estas produções em sua estrutura interna, como veremos adiante.

<sup>10</sup> Conforme Aumont (2010), expressão proposta inicialmente por André Gide, bastante aplicada ao cinema, que explica a existência de uma narrativa dentro de outra narrativa, como um “brasão que designa uma figura colocada no centro do escudo, e que figura outro escudo” (*ibid.*, pp.59-60). Optamos pela analogia para ressaltar a ideia de que na narrativa que acontece no programa de culinária, entendida como fórmula na TV, há a presença de uma outra fórmula, a do texto de receita culinária.

conjugação do visual (e as virtudes da imagem em movimento para esta forma textual) com a oralidade parece alcançar nesses programas um apelo licencioso, uma forma suplementar de aprisionamento dos sentidos, para além da captação pelo *fluxo*. Dada a maneira como viemos a nos relacionar com a demonstração culinária na televisão, com a apresentação e a representação, a execução e a degustação da receita *na TV* podem nos levar a uma experiência estética: a receita culinária parece ter alcançado o que Kerckhove chama de atributo “hipnoticamente envolvente” da televisão (2009, p.27).

## 2 Modelos televisuais e o espaço para a receita na Web

Quando uma nova tecnologia é desenvolvida, de alguma maneira recorreremos a práticas com materialidades anteriores para experimentar possíveis usos do objeto cultural mais recente. As formas de preparo e o aperfeiçoamento de nossa relação com os objetos são condições culturais para os desdobramentos desses usos. Isso não quer dizer, obviamente, que uma materialidade ou tecnologia contemporânea signifique sua superioridade ou maior relevância em relação àquela que a antecede (WOLTON, 2012, p.81), tampouco que objetos culturais sejam fruto de mera “combinação e desenvolvimento de formas anteriores” (WILLIAMS, 2003, p.39, tradução nossa): “a adaptação de formas recebidas às novas tecnologias tem conduzido em vários casos a significativas mudanças e a algumas reais diferenças qualitativas” (*id.*). Ou seja, “uma característica importante dos novos sistemas [é] que eles oferecem oportunidades para novas relações culturais que os sistemas anteriores não disponibilizavam” (WILLIAMS *apud* MARQUIONI, 2013, p.66). Assim como nossa experiência com a TV, em sua origem, esteve bastante marcada pelo apelo à oralidade, atributo típico do rádio, nossa atitude com a internet parece também supor os produtos culturais que a antecedem como uma maneira de experimentar e desenvolver sua própria estrutura narrativa.

Quanto à experiência, podemos dizer que de um ou outro modo o preparo cultural acompanhado da longa relação com o impresso, o rádio e a TV impulsivamente nos compele a olhar para a internet como se estivéssemos diante de uma revista ou jornal *mais dinâmicos*, uma *outra* experiência radiofônica e, sobretudo, uma *nova* televisão. O uso que fazemos hoje das capacidades tecnológicas, mais recentes na experiência com a internet que com a mídia impressa, o rádio ou a TV convencional, daria a falsa impressão de supremacia daquela em relação a estas práticas culturais anteriores não fosse o juízo de que cultura é

algo que se reconfigura de modo permanente (WILLIAMS, 1989); os ajustes e (re)organizações ininterruptos inerentes às práticas culturais não supõem necessariamente superação de objetos anteriores.

Com a penetrabilidade da internet, e levando-se em consideração a intensidade com que nossa relação com a Web vem se desenvolvendo, talvez mais interessante que discutir um (im)possível aspecto hierárquico de tecnologias que se sucedem seria atentar para o problema fundamental revelado na constatação de Wolton de que, em seu aspecto essencial, “*a Net não é uma mídia. É um formidável sistema de transmissão e de acesso a um número incalculável de informações.*” (2012, p.99, grifo do autor). Mas como explicar a transposição de uma estrutura narrativa tipicamente televisual para a internet, no caso do vídeo, se não a consideramos exatamente como mídia? Mais ainda, este seria um aspecto da estrutura narrativa da Web?

Ainda que mais performático que aquilo que entendemos como mídia “em termos de produção e distribuição de informação” (WOLTON, 2012, p.98), este sistema *a priori* de transmissão (divulgação e compartilhamento) realiza, sim, uma espécie de apropriação de estruturas anteriores, graças à sua capacidade funcional (*id.*) de comunicação e pela facilidade com que tais conteúdos se integraram a este ambiente: para Wolton, somente com o sucesso da *Net* é que houve seu entendimento como mídia<sup>11</sup> (*op.cit.*, grifo do autor). Nesses termos podemos entender, portanto, que nosso desempenho em relação às tecnologias digitais acabou por abrigar modelos textuais prévios e assim ampliar práticas culturais anteriores: a forma obtida por estes textos converteu-se, com uso das tecnologias digitais, em novas práticas culturais, respondendo à constância das redefinições, adaptações e atualizações que caracterizam a noção de cultura.

Nesse panorama, em acréscimo à capacidade de transmissão permitida pela internet, é compreensível depararmos, por exemplo, com a infinidade de blogs de receitas culinárias que surgiram como uma versão adaptada do modelo que constitui a forma escrita da receita. Identificamos facilmente propriedades da redação impressa ao observarmos a forma assumida por estes blogs, que parecem constituir mais uma mudança de suporte do texto que um avanço tecnológico na forma de *apresentação* deste conteúdo. Mesmo os aplicativos de culinária e gastronomia, apesar da raiz hipertextual, conservam o critério de coerência linear da receita impressa. Partindo do entendimento de Wolton, ao pensarmos no uso que já fazemos das tecnologias digitais e da internet, não há como negar a tendência à

---

<sup>11</sup> Ou, conforme aponta Williams, a televisão é “*resultado* de pesquisa técnica e científica, e *desenvolvida* como mídia de entretenimento e notícias” (2003, p.4, tradução nossa, grifo nosso).

integração de atividades, antes distintas, num mesmo suporte (ainda que pressuponham um diferente *lugar* cultural): a “mudança não é somente técnica, é também cultural, uma vez que não haverá mais diferenças entre atividades separadas durante séculos” (2012, p.94). Isto provavelmente se deve à observação fundamental feita pelo autor de que “as mídias encontraram sua inscrição social e cultural enquanto que as novas tecnologias *ainda não*” (*ibid.*, p.96, grifo nosso).

Não à toa, portanto, devemos ter presente a percepção de que é necessário preparo cultural para aperfeiçoarmos nossa relação com tecnologias diversas; seria utópico e audacioso pensarmos que com os usos que fazemos da internet, que visivelmente conformam características de relações com estruturas anteriores, nosso desempenho seria diferente: “mesmo a melhor e mais útil tecnologia do mundo não pode impor-se a um público não preparado” (KERCKHOVE, 2009, p.21). Tendemos a dilatar nossas relações com objetos culturais, cuja permeabilidade de contornos – sua constituição é também decorrente de nossa experiência com eles – acaba por imprimir marcas em nosso comportamento com outros objetos, outras tecnologias.

Similaridades de produções para internet com o formato televisual podem ser observadas em parte por serem bastante evidentes, mas também pelo grande número de vídeos com estas características disponibilizados na Web, conforme apontou o levantamento realizado para este artigo<sup>12</sup>. A observação de vídeos nos *sites* selecionados revelou uma tônica preocupação na Web em reproduzir padrões televisuais do programa de receitas, seja importando-os da TV (e por vezes editando-os) ou repetindo seu modelo na produção de outros vídeos com a temática. Para acessarmos a internet, precisamos de uma *tela*, ou seja, ao visualizarmos vídeos na Web, estamos novamente diante de uma janela para o mundo, uma moldura, analogia inevitável com forma clássica da TV. Do mesmo modo, ainda que na internet não tenhamos emissoras, já é prática comum na transmissão destes vídeos a proposta de compartilhamento através de categorias denominadas *canais* – uma alusão à forma da TV, ainda que não corresponda à sua estrutura. Ademais, o estudo realizado até o momento apontou para um fato bastante frequente em vídeos produzidos para a Web, a tendência à serialidade<sup>13</sup>. Percebemos, sobretudo, que vídeos produzidos para

---

<sup>12</sup> Em levantamento realizado para este momento, optamos por observar dois *sites* de divulgação e compartilhamento de vídeos populares atualmente: Youtube e Vimeo. A busca com as palavras-chave *receita*, *culinária* e *gastronomia* compreendeu a percepção do formato com que se apresentam vídeos e canais específicos de receita comparativamente com o modelo televisual.

<sup>13</sup> Na percepção, aqui, de que diferentes vídeos, numa proposta de continuidade, acabam por constituir séries ou mesmo programas – com a organização de episódios.

a internet, apesar das potencialidades das tecnologias digitais, e mesmo se apresentando em suportes diversos – e cronologicamente posteriores, principalmente – da TV, são marcados pela insistência no empréstimo de uma narrativa que funciona *na* TV. Todas estas características presentes na produção de vídeos especificamente para a internet indicam a forte influência de uma cultura televisual no ambiente digital da Web.

Ao incorporar elementos televisuais, vídeos de receitas concebidos para a internet vêm apresentando, entre as propriedades bastante similares às de produções que antecedem o meio, fundamentalmente uma herança de ordem técnica e de formato. Tecnicamente, dada a forma como são abordados planos, enquadramentos, movimentos de câmera, entre outros atributos e efeitos audiovisuais, de modo geral grande número de vídeos respondem à estrutura predominante no modelo vigente da televisão. Quanto ao formato, ainda que a concepção de *programa*, como objeto cultural, esteja em princípio relacionada à configuração própria de mídias como o rádio e a TV, o apelo a esta estrutura no ambiente da Web suscita analogias com o que entendemos como *item* na composição de *fluxo* televisual (WILLIAMS, 2003, pp.77-120): considerarmos que estes produtos se comportam como *itens* na Web reforça o atual comportamento diante da internet como mídia; não obstante, não podemos esquecer que, *individualmente*, o *item* ao qual nos referimos é antes de tudo um *produto audiovisual*, e *tecnicamente* também (e ainda) nos referimos a produções com estas características pensando-as como *vídeos*, seja na televisão ou na internet.

A criação de canais no ambiente da internet é aspecto bastante curioso na relação que estabelecemos entre mídias e Web. Não se trata de perceber *sites* como (outras) emissoras; a concepção de comunicação não é estabelecida aqui em sua essência midiática (WOLTON, 2012). A diferença fundamental entre canais da televisão e de *sites* de compartilhamento de vídeos é que nesses últimos, pela característica do meio, ocorre mais uma proposição de agrupamento, de coleção, que uma seleção integrada a uma estrutura predominante – ou à ordem própria do *fluxo*, no caso da TV. O que não se pode negar é que a denominação *canal* para uma divisão temática ou de conteúdo a partir de um fenômeno anterior decorre de mecanismos de assimilação, logo deriva do preparo cultural que delineia nossa experiência com a Web. Ao considerarmos aqui a constituição de canais<sup>14</sup>, estamos realizando um empréstimo de terminologia, e não de estrutura, da TV para a internet.

---

<sup>14</sup> Ainda que haja diferenças entre os canais propostos por internautas e aqueles considerados *oficiais*, não é do interesse deste artigo analisar as características que os configuram. Uma vez que ambos os tipos podem funcionar como filtros na busca de vídeos nos dois *sites* referidos neste estudo, procuramos observar como, de

O tema da culinária ou gastronomia<sup>15</sup> demarca bem as feições adquiridas pela criação de canais na Web. Em canais relativos ao tema, podemos constatar nos *sites* pesquisados que a internet é bastante empregada como suporte digital dos mesmos vídeos de programas produzidos para televisão (em geral uma captação do internauta, editada e compartilhada). É comum encontrarmos canais criados pelo internauta ora para abrigar vídeos por ele coletados (avulsos ou em outros canais, por vezes no próprio *site*), ora para propor vídeos por ele produzidos (o que não o impede de realizar as duas opções). Com estas características, temos os canais *Food From The Moon* (FOOD, 2014), no *site* Vimeo, proposto por um internauta e composto por vídeos coletados no próprio *site*, e *Foods and Flavors* (FOODS, 2014), no *site* Youtube, uma compilação de vídeos de receitas produzidos pela criadora do canal.

Canais *oficiais* de programas de culinária originalmente produzidos para a TV, ou de seus *chefs-celebridade*, trazem para internet na maioria das vezes uma versão reduzida ou adaptada destes programas na TV, numa demonstração expressa de que TV e internet são entendidas como formas diversas de comunicação – de que o programa cabe no espaço televisual, mas que a Web pode ser uma plataforma de divulgação para o mesmo produto. Como exemplo de ações com esta característica, os canais de Nigella Lawson nos *sites* Vimeo (NIGELLA, 2014a) e Youtube (NIGELLA, 2014b) apresentam vídeos de caráter promocional e com frações editadas do material que constitui o programa de TV *Nigelíssima*, incluindo captações de *making of* (mas nunca um episódio na íntegra).

Ainda com relação ao compartilhamento de vídeos em canais, verificamos um ponto importante, e que se destaca destas atividades mais comuns nestes *sites* de compartilhamento de vídeos: a criação de programas específicos para canais de internet. O canal *Foodtube*, de Jamie Oliver para o *site* Youtube é bom exemplo (JAMIE, 2014). O material lançado exclusivamente para este canal da Web é constituído de episódios estrelados pelo próprio Jamie Oliver, além de vídeos apresentados por pessoas diversas, entre anônimos, cozinheiros (famosos ou não), *restaurateurs* e aspirantes a *web-chefs*<sup>16</sup>. Aqui, não apenas há um aproveitamento da já existente fama do apresentador e do sucesso de seus programas na TV, como também é nítida a intenção de um arranjo com formato

---

um modo geral, vídeos de receitas culinárias se apresentam nestes canais e, seguindo a proposta do artigo, notar em que medida os modelos televisuais permanecem em vídeos na internet.

<sup>15</sup> Quando usados como mecanismos de busca, os dois termos nos dirigem a vídeos de receitas. Por este motivo, não faremos distinção entre nomenclaturas.

<sup>16</sup> Fazemos alusão ao conceito de *chef-celebridade* esboçado anteriormente, no entendimento de que seria um novo empréstimo de nomenclatura do universo televisual para a Web, ao conformar características similares.

tipicamente televisual. Em essência, estes vídeos poderiam ser episódios de um ou mais programas de televisão, porém veiculados na internet.

Outro aspecto importante na migração de um conceito do gênero de programa de receitas da TV para a Web diz respeito à figura do apresentador, ou do *chef-celebridade*. Ainda que nos vídeos da Web convivam em paralelo celebridades e anônimos, a atuação desses últimos indica uma tentativa de simular o desempenho de apresentadores conhecidos da TV, mesmo em tentar tornar-se uma versão sua na Web.

A figura do apresentador em programas de culinária e gastronomia na TV nos remete à importância da oralidade e de sua pertinência no ambiente midiático: “[é] a voz funcionando em conjunto com as imagens que ativa os diversos lugares de possibilidade de diálogo da televisão com o público.” (BARBOSA, 2007, p.6). Na Web, mesmo que tenhamos bastante presente a tentativa de acomodação da figura de um apresentador, ao que parece, outra forma de abordagem da receita vem se desenvolvendo. Em algumas produções recentes, a voz já não parece ser necessária, e da mesma maneira o rosto que apresenta a receita: a exemplo da série *The Miam Factory* (THE MIAM, 2014), podemos estar nos desligando da figura do apresentador, que na Web além de não ter mais voz, quando tem um rosto, está por vezes desfocado. Se a internet não pressupõe exatamente relação com um público (é uma interação direta), o rosto e em especial esta forma de oralidade na Web podem não ter a mesma validade que na televisão, e isto parece se traduzir no aumento do número de vídeos de receitas produzidos para a Web que exploram outras expressões de imagem e som como alternativas para a presença do apresentador (ou narrador), e da oralidade.

### 3 Modelo televisual ou um *vir a ser*<sup>17</sup> das narrativas na Web?

Embora o padrão televisual ainda prevaleça em produções para a internet ao observarmos quantitativamente vídeos produzidos especialmente para este ambiente, os diferentes aspectos que vêm se destacando no material mais recentemente disponibilizado parecem sugerir novos *modos* do vídeo na Web. Animação, efeitos sonoros e visuais, gráficos e de montagem vêm ganhando espaço e se apresentam como tendência em vídeos de receitas produzidos para compartilhamento. Se no programa de receitas na TV estas

---

<sup>17</sup> Termo proposto por Marquioni e Barbosa (2013) originalmente para tratar das perspectivas da TV Digital interativa em relação à TV convencional e outros meios midiáticos. Para os autores, o “*vir a ser* dos meios de comunicação é, antes de tudo, um *vir a ser* das práticas culturais do público” (*id.*, p.65, grifos nossos).

composições se restringiam a vinhetas e aberturas de programas, na Web os efeitos audiovisuais estão migrando para o conteúdo do vídeo, apontando para uma possível variação estética da forma televisual que o antecede. Em decorrência desta característica, é evidente a relação que alguns destes vídeos vêm estabelecendo com aspectos audiovisuais típicos de videoclipes musicais e mesmo da publicidade e, ainda que obedecendo à lógica intrínseca do modelo textual (i), (ii), (iii) da receita como ocorre na TV, estas produções parecem a apresentar composições de caráter mais poético que informativo ou didático. Podemos ver a ocorrência deste fenômeno nos vídeos produzidos por Sônia Garcia, como *My Clementine Cake*, *O Bolo* ou *The Amazing Cake* (SÓNIA, 2014), entre outros compartilhados pela internauta no *site* Vimeo.

A acessibilidade a recursos diversos e a possibilidade de compartilhamento na Web abriram espaço para um período de contato e experimentação com tecnologias digitais que, com o passar do tempo, vem moldando novas relações com estes objetos culturais. As variações de composição que parecem estar começando a caracterizar o vídeo de receita concebido para a internet podem indicar alterações não apenas na estrutura interna destas produções. As sutis diferenças que percebemos surgir nestes vídeos sugerem mudanças de comportamento diante de materialidades tecnológicas. Levando em conta a noção de preparo cultural, se considerarmos que nosso desempenho em relação aos objetos culturais é inerente à sua própria (re)definição, podemos dizer que estamos vivendo um momento distinto da experimentação que vinha marcando nossa relação com as tecnologias digitais. A gama de recursos audiovisuais, incrementada por avanços tecnológicos e explorada continuamente, e o fenômeno de moda vivido pela culinária e pela gastronomia atualmente parecem estar contribuindo com mudanças na forma de nos relacionarmos com o vídeo de receita, o que pode vir a constituir uma linguagem específica da Web:

[a] internet, após a televisão e o rádio em suas épocas, relança um imaginário, uma procura de estilos e de forma que exprimem modernidade. Essas técnicas são ao mesmo tempo veículos de outras formas de cultura e de espaços de criação da cultura contemporânea. Se é necessário não confundir novas técnicas e nova cultura, pode-se contudo salientar que esse novo suporte facilita uma expressão cultural e de linguagens ainda em gestão, mas ainda é muito cedo para saber se serão finalmente uma ruptura cultural importante. (WOLTON, 2012, p.109, grifo do autor).

Nesse sentido, ainda que seja uma suposição a partir de uma tendência observada em produções mais recentes, é nesta configuração, na promoção de novas relações entre o

verbal e o não-verbal, que pode residir uma forma do vídeo na Web. Um ponto relevante para entendermos estas novas composições como o surgimento de uma forma, de uma linguagem, é a observação de que, apesar de constituírem abordagens recentes, já se esboça um movimento originado por estas produções. Podemos notar que a publicidade tem seguido parâmetros de vídeos de receitas da Web para produzir comerciais de TV, respeitando o modelo textual da receita ao mesmo tempo em que explora um novo *modo de ver* (BARBOSA, 2007) buscado por estes vídeos. Exemplos desta apropriação às *avessas* são trazidos pelo material produzido para a marca de congelados Picard, como o vídeo *Terrine de foie gras au vin et gingembre* (TERRINE, 2014), e para a marca de utensílios de cozinha Seb, como o vídeo *Seb, la cocotte minute* (SEB, 2014) – ambos disponíveis no canal *Foodfilm*, criado pela produtora de mesmo nome, no *site* Vimeo.

Nossa relação com a internet não difere de outras práticas culturais. Assim como o comportamento com a televisão pressupõe fases de desenvolvimento (WILLIAMS, 2003, p.23) – ou seja, não *vemos* (a) TV hoje da mesma maneira que quando surgiu, bem como vivemos um processo de novos usos da TV na era digital – o mesmo se dá com as formas de produção de vídeo e com a internet<sup>18</sup>. E, da mesma maneira que ocorreu com o rádio e a TV, podemos estar nesse momento experimentando “avanços em um uso produtivo do meio, incluindo [...] alguns trabalhos originais” (WILLIAMS, *id.*, tradução nossa) em vídeos na Web. Na internet, assim como ocorre com a televisão, poderíamos dizer que “o contínuo temporal instaurado por sua narrativa está na dependência direta das possibilidades oferecidas pela tecnologia.” (BARBOSA, 2007, p.5).

A conjugação de modelos textuais com novos *modos de ver* evidencia a importância de objetos culturais anteriores na relação com materialidades tecnológicas mais recentes. Se um momento de moda vivido pela cozinha delineia a revitalização de programas de culinária e gastronomia na TV e a proliferação da produção e transmissão de vídeos com o

---

<sup>18</sup> Não esqueçamos que, como a TV, o computador (suporte da internet por excelência) também passou pela fase do tubo e hoje se constitui como uma tela plana, de moldura quase invisível e, da mesma forma, foi da visualidade em preto-e-branco para o colorido. A diferença de rumos tomados pela forma, na contemporaneidade, parece ser no tamanho. A TV, de um modo geral, cresce em sua dimensão. Nos anos 50, o tamanho médio de um visor não ultrapassava 14 polegadas, enquanto que hoje a procura no varejo para aparelhos de TV parece apontar para uma escala proporcionalmente mais avantajada (na arquitetura, fala-se em *home theater*, não mais em sala de estar). Quanto ao computador, que antes ocupava salas inteiras, o dispositivo teve que reduzir substancialmente em tamanho para chegar ao ambiente doméstico. Do *kit* básico do PC doméstico em meados dos anos 90, composto por um gabinete, um monitor, um teclado e um mouse (se considerarmos a inclusão da internet, acrescenta-se uma linha telefônica e um modem), passamos ao limite de um único aparato, portátil, em que é possível processar informação, visualizar, selecionar, digitar e comunicar (falar, ouvir, enviar mensagens), além de funções como captação e edição de imagens, que antes pertenciam a *produtores oficiais*. Não obstante, muitos modelos de *smartphone* hoje vêm com a função TV.

tema via internet, a permanência de modelos televisuais em outros suportes e as transformações que começam a sugerir uma linguagem específica da Web (e sua possível alusão em outros meios) confirmam a coexistência dos *modos* e dos *meios* e a constância das apropriações e redefinições em práticas culturais. É com estas percepções do vídeo de receita produzido para a internet em relação ao modelo televisual que fazemos empréstimo da expressão *vir a ser*, proposta por Marquioni e Barbosa (2013, p.65): sob a ótica da cultura se torna possível pensar em uma nova perspectiva das formas do vídeo, um *vir a ser* das narrativas na Web como expressão da contemporaneidade. E, culturalmente, este *vir a ser* é refletido em nossa relação com o texto de receita e da forma como o apresentamos, por sucessivas gerações tecnológicas.

## Referências

AUMONT, Jacques. **Dicionário teórico e crítico do cinema**. São Paulo: Papius, 2010.

BARBOSA, Marialva. Televisão, narrativas e restos do passado. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – E-Compós**, vol. 8, abr/2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/138/139>>. Acesso em: 26 mai. 2014

COLLINS, Kathleen. **Watching what we eat**. The evolution of television cooking shows. New York: Continuum, 2009.

FOOD From The Moon. Disponível em: <<https://vimeo.com/channels/foodfromthemoon>>. Acesso em: 07 abr. 2014

FOODS and Flavors. Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/FoodsAndFlavors/featured>> . Acesso em: 18 jun.2014

JAMIE Oliver's Foodtube. Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/JamieOliver>>. Acesso em: 06 mai. 2014

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura**. Investigando a nova realidade eletrônica. São Paulo: Annablume, 2009.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e imaginário**: o desafio das poéticas tecnológicas. São Paulo: Edusp, 2001.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. **TV digital interativa brasileira**: redefinições culturais e interações midiáticas em tempos de migração tecnológica. *e-book*. Curitiba: UTP, 2013.

MARQUIONI, Carlos Eduardo; BARBOSA, Marialva. TV digital: estruturas de sentimento na televisão do vir a ser. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, ano 10, vol. 10, n.27, p. 57-74. Abr/2013. Disponível em: <[file:///C:/Users/Bogo/Favorites/Downloads/410-1032-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Bogo/Favorites/Downloads/410-1032-1-PB%20(1).pdf)>. Acesso em: 23 jun. 2014

NIGELLA Lawson. The Official Nigella Lawson Vimeo Channel. Disponível em: <<https://vimeo.com/channels/nigella>>. Acesso em: 06 mai. 2014a

\_\_\_\_\_. The Official Nigella Lawson YouTube Channel. Disponível em: <[http://www.youtube.com/channel/UC7jM43otyf2\\_Ye\\_DBrQYKfg](http://www.youtube.com/channel/UC7jM43otyf2_Ye_DBrQYKfg)>. Acesso em: 06 mai. 2014b

SEB, la cocotte minute. Disponível em: <<https://vimeo.com/66234582>>. Acesso em: 07 abr. 2014

SÓNIA Garcia's Videos. Disponível em: <<https://vimeo.com/user21853962/videos>>. Acesso em: 07 abr. 2014

TERRINE de foie gras au vin et gingembre. Disponível em: <<https://vimeo.com/85328359>> Acesso em: 07 abr. 2014

THE MIAM Factory. Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/TheMiamFactory>>. Acesso em: 07 abr. 2014

WILLIAMS, R. Culture is ordinary. **Resources of hope: culture, democracy, socialism**. London: Verso, 1989. pp. 3-18.

\_\_\_\_\_. **Television**. Technology and cultural form. *e-book*. London: Routledge, [1974] 2003.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2012.