

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Nutrição, gastronomia e saúde
como Ingredientes de cardápio
audiovisual

Tânia Bicalho





Tânia Bicalho

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

NUTRIÇÃO, GASTRONOMIA E
SAÚDE COMO INGREDIENTES
DE CARDÁPIO AUDIOVISUAL

1ª edição
Juiz de Fora/MG
2023



©Editora UFJF, 2023

Este livro ou parte dele não pode ser reproduzido por qualquer meio sem autorização expressa da editora.

O conteúdo desta obra, além de autorizações relacionadas à permissão de uso de imagens ou textos de outro(s) autor(es) são de inteira responsabilidade do(s) autor(es) e/ou organizador(es)



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE JUIZ DE FORA**

Diretor da Editora UFJF
Ricardo Bezerra Cavalcante

Reitor

Marcus Vinicius David

Vice-Reitoria

Girlene Alves da Silva

Conselho Editorial

Gabriela Borges (Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil)
Julia Fagioli (Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil)
Frederico Braidá (Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil)
Iluska Coutinho (Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil)
Miriam Tavares (Universidade do Algarve, Portugal)
Sandra Reimão (Universidade de São Paulo, Brasil)
Sonia Virgínia Moreira (Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil)

Projeto Gráfico, Editoração e Capa

Paolo Malorgio Studio

Bicalho, Tânia
Dramaturgia da alimentação: nutrição, gastronomia e saúde como ingredientes de cardápio audiovisual / Tânia Bicalho. – Juiz de Fora, MG: Editora UFJF/ Comunicação e Sociedade, 2023.
Dados eletrônicos (1 arquivo:1,3mb)

ISBN: 978-65-89512-89-9

1.Comunicação audiovisual. 2. Televisão - Programas. 3. Dramaturgias. 4.Alimentação. 5. Culinária. I.Bicalho, Tânia.II.Título.

CDU: 641.5

Editora UFJF

Campus Universitário, Rua José Lourenço Kelmer, s/n -
São Pedro, Juiz de Fora - MG, CEP: 36036-900
Telefone (32) 2102-3586
editora@ufjf.br / distribuicao.editora@ufjf.br
www.ufjf.br/editora

Filiada à ABEU



DEDICATÓRIA

Dedico este livro à memória de meu pai, Admar Clemente Pinto, o Maninho, que meses antes de partir, nos anos 1980, levou-me para fazer vestibular de Comunicação, na UFJF, escondido do resto da família. Sem o apoio dele nada do que faço seria possível. Dedico também à memória de minha tia Santuzza Bicalho, a Madrinha, que por meio de sua culinária me inspirou e me inspira até hoje. Os dois nasceram no mesmo dia, num 22 de janeiro e fazem festa de aniversário diariamente... em mim.

Para ser grande, sê inteiro: nada
Teu exagera ou exclui.
Sê todo em cada coisa. Põe quanto és
No mínimo que fazes.
Assim em cada lago a lua toda
Brilha, porque alta vive.
FERNANDO PESSOA, 2016

SUMÁRIO

PREFÁCIO POR ILUSKA COUTINHO

1. ENTRADAS

2. PRATOS PRINCIPAIS: INTERFACES ENTRE SAÚDE, ALIMENTAÇÃO E MÍDIA

- 2.1 O PESO DA LEVEZA
- 2.2 “SOFRÊNCIA ALIMENTAR”, NUTRICIONISMO E A INDÚSTRIA DO SAUDÁVEL
- 2.3 AUDIOVISUAL E MARKETING ALIMENTAR NO YOUTUBE
 - 2.3.1 Luccas Neto
 - 2.3.2 Bela Gil
 - 2.3.3 Rita Lobo
- 2.4 ALIMENTAÇÃO E IDENTIDADE SOCIAL: A COZINHA MINEIRA DE DONA LUCINHA

3. PRATOS PRINCIPAIS: DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

- 3.1 MOLHOS: MÚSICA, EXPRESSÃO CORPORAL E FIGURINO
- 3.2 COZINHA: O PALCO DA DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO
- 3.3 GASTRONOMIA COMO INGREDIENTE DE COMUNICAÇÃO E AUDIOVISUAL
 - 3.3.1 Julia Child: a dama da gastronomia francesa na América
 - 3.3.2 Anthony Bourdain: um viajante e bom vivant
 - 3.3.3 Jamie Oliver: o embaixador inglês da alimentação saudável
 - 3.3.4 Rodrigo Hilbert: o galã da culinária catarinense
 - 3.3.5 Palmirinha: a vovó mais querida do Brasil
 - 3.3.6 Felipe Bronze: o mago da cozinha brasileira
 - 3.3.7 Mais Você: o despertar de várias dramaturgias

4. PRATOS PRINCIPAIS: ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL - AMA

- 4.1 A DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO NA PRODUÇÃO DE RITA LOBO
- 4.2 A FICHA DE LEITURA: EIXOS PARA OBSERVAR A DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO
 - 4.2.1 Eixo I – Identificação e aspectos descritivos do vídeo
 - 4.2.2 Eixo II – Promoção de cultura alimentar, hábitos, estereótipos
 - 4.2.3 Eixo III – Promoção de marcas
- 4.3 ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL EM CENA: ELEMENTOS DE IDENTIFICAÇÃO DA DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO EM RITA LOBO
 - 4.3.1 Prato do dia e tempo

4.3.2 Cenário

4.3.3 Ingredientes, Temperos e especiarias

4.3.4 Utensílios e interferência da equipe/ interação

4.3.5 Música/Trilha sonora

4.4 CULTURA ALIMENTAR, HÁBITOS, ESTEREÓTIPOS NA
SÉRIE DE VÍDEOS

5. ACOMPANHAMENTOS: TEMPERO DA CHEF E TOQUE FINAL

SOBRE A AUTORA

PREFÁCIO

DA COMIDA E SEU CONSUMO EM TELAS: A DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO EM CENA

Iluska Coutinho¹

Entre março e agosto de 1979, na voz das Frenéticas, a música tema da telenovela *Feijão Maravilha*, exibida às 19 horas pela Rede Globo, garantia que dez entre dez brasileiros preferem e elegem feijão. O som da canção *O preto que satisfaz*, de Gonzaguinha, se associava na tela às imagens de um chef de cozinha e cozinheiras que interagiam com alimentos e utensílios de cozinha, alguns em tamanho aumentado, na abertura da trama escrita por Bráulio Pereira.

Esses registros presentes na memória televisiva e, por isso, também no imaginário brasileiro, são um bom pretexto para apresentar essa obra, resultado de pesquisa desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, e sua autora, a multi-instrumentista, cantora, compositora e nutricionista Tânia Bicalho. Parte de seus múltiplos talentos chegou ao público por meio de seu quarto CD autoral intitulado *MPN - Música Popular Nutritiva* (2011), que buscou uma forma de promover a atenção primária à saúde por meio da educação nutricional via música. Publicada também no suporte livro impresso, a MPN envolve também um desejo de Tânia de conscientizar cidadãos e cidadãs, entendendo a alimentação como um direito humano, e que se revela em uma série de palestras e projetos em escolas. Esse percurso pode ser entendido como uma importante ação comunicativa, transformadora.

Assim, a busca por ampliar o alcance desse entendimento envolveu em sua formação o curso de mestrado em Comunicação, e a escolha por estudar um programa que ganha materialidade na televisão, ainda principal forma de acesso à informação sobre o que acontece no país e no mundo para os brasileiros. Se a esfera pública midiaticizada deve ser entendida também como um campo de contradições, como propõe Dominique Wolton, Eugênio Bucci nos alerta que no Brasil o espaço público é definido pelo alcance das câmeras de TV, sendo visível e experimentado por meio de telas, agora cada vez mais diversas.

1 Professora titular da Universidade Federal de Juiz de Fora é jornalista formada pela Universidade Federal do Espírito Santo (1993), mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade de Brasília (1999) e doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2003), com estágio doutoral na Columbia University (NY).

Certo é que em emissoras de televisão aberta ou canais de assinatura, os programas relacionados ao universo da alimentação se tornaram parte do cardápio, em diferentes horários da programação. A oferta de receitas culinárias que surgiu inicialmente como quadro ou parte de programas de entretenimento, veiculados especialmente na grade matutina, acabou por se associar à dimensão da competição e também ao gênero *reality show*, ou a uma programação de caráter cultural, sobretudo na TV por assinatura.

Como as emissoras de televisão brasileiras em sua maioria são de exploração comercial, é importante ressaltar que para além das telas, os programas relacionados ao universo da alimentação também se constituíram em negócios de sucesso, para os canais e seus realizadores. Vários espaços gastronômicos se beneficiaram dos sabores estimulados por meio de sons e imagens, assim como há publicações de livros de receitas, panelas e acessórios que têm a assinatura de *chefs* que se converteram em estrelas nas telas, ou de vencedores dos programas de competição culinária.

Por outro lado, se a comida pode facilmente ser associada à dimensão da socialização e do lazer, em março de 2020 a covid-19 alterou esse cenário. Com as medidas de distanciamento adotadas como forma de enfrentamento da pandemia, os restaurantes e lanchonetes foram fechados, e foi necessário redescobrir o cozinhar como atividade cotidiana. Pouco a pouco experiências de produção de pães, bolos, sabores começaram a ganhar as redes sociais digitais, e a estimular a busca por canais de vídeo com dicas de como produzir com sabor, em casa.

A série *Rita Help - me ensina a cozinhar na quarentena!* foi exibida em um canal de televisão por assinatura, está disponível para acesso e consulta no YouTube, e foi tomada como objeto empírico para as reflexões de Tânia Bicalho. Para analisar as interfaces entre os universos da nutrição, da saúde, da gastronomia e do audiovisual, a autora recorreu ao diálogo com a dramaturgia do telejornalismo, forma por meio da qual as histórias cotidianas de interesse público ganham as telas brasileiras a cada edição dos noticiários, locais e nacionais.

Ao analisar espaços possíveis para abordar e narrar formas mais conscientes e saudáveis de alimentação, a pesquisa evidenciou os cenários de preparo e consumo na tela, o protagonismo de um determinado padrão alimentar, e a possibilidade de inclusão de novos personagens ou ingredientes na receita de cada um(a). Em sua obra Tânia Bicalho evidencia que na dramaturgia da alimentação há conflitos em cena, mas também aqueles que não ganham visibilidade. Há trilhas sonoras que embalam o ato de comer e seu preparo, mas aspectos que são silenciados.

Ganham espaço na obra debates importantes sobre o que a autora conceitua como sofrência alimentar, assim como para o crescente espaço do *marketing* da alimentação, algumas vezes associado à indústria do saudável. Tânia Bicalho

ainda recupera os sabores que trazemos na memória, e a dimensão afetiva e de identidade da alimentação.

Por meio da análise da materialidade audiovisual são descortinados enredos, personagens, trilhas, tons e sabores da culinária e o que ela envolve de cultura, sociabilidade, cidadania. Importante ressaltar, contudo, que exibida em um canal por assinatura e disponível para consumo em um repositório digital, a ajuda do programa analisado ainda é para uma parcela reduzida da população, já que no Brasil a desigualdade social e de renda é um item que infelizmente não saiu ainda do cardápio. Pelo contrário, na contemporaneidade tem tido suas porções de sabor amargo ampliadas.

De acordo com dados da Ação da Cidadania contra a fome, a miséria e pela vida, fundada em 1993 pelo sociólogo Betinho, em 2022 apenas quatro em cada dez famílias brasileiras têm acesso pleno à alimentação. O retorno do Brasil em 2018 ao Mapa da Fome, representou um retrocesso que em 2021 ganhou visibilidade também nas telas de TV, que exibiam filas de brasileiros e brasileiras em busca de ossos e carcaças. As estatísticas revelam um cenário trágico e que ameaça a dignidade humana; pesquisas da Rede Penssan indicam que em 2020 55,2% dos brasileiros viviam em situação de insegurança alimentar e que em 2022 a fome dobrou nas famílias com crianças menores de dez anos.

Em uma situação como essa a dramaturgia alimentar é capaz de satisfazer de forma imaginária, ficcional para muitos, desejos que parecem ter voltado a fazer parte da ficção, como na telenovela das 19 horas exibida ainda durante o regime militar. Como cantaram as Frenéticas e Gonzaguinha, “(...) faz mais feliz a mamãe, o papai, o filhinho e a filha (...) feijão tem gosto de festa”. Muitos brasileiros e brasileiras participam dela apenas pela televisão, por meio do consumo de sons e imagens, à distância.

Juiz de Fora, 10 de junho de 2022

1. ENTRADAS

Sendo a alimentação adequada e saudável um direito humano, é necessário lançar luz sobre a tentativa de controle dos corpos e mentes através da dualidade acerca de alimentos considerados como “comida saudável” e “comida não saudável”. O contexto que abarca essa realidade é muito amplo, sendo um espaço imensurável para estudos de processos sociais interdisciplinares em áreas da Comunicação, Nutrição, Gastronomia, Psicologia, Sociologia e suas possíveis correlações.

A partir do momento em que o agronegócio ocupa lugar de destaque no Brasil, empresas se beneficiam ao se apropriarem dos conhecimentos da ciência, transformando alimentos em (sub)produtos consumíveis e vendáveis de acordo com seus interesses. Do mesmo modo, presencia-se alimentos se transformando em “remédios”, realizando negociações como a produção de uma linha dita *fitness*, gerando uma demanda e um aumento do mercado consumidor por meio da criação de produtos idealizados como saudáveis. Em revistas populares e especializadas em dietas que prometem emagrecimento rápido, é possível perceber a persistente valorização de alimentação restritiva, estabelecendo e cristalizando um comportamento radical que encontra consonância com os padrões de beleza vigentes e o atual ideal de corpo.

Existem muitas publicações, ligadas à alimentação, com saberes e objetivos diferentes e, por isso, faz-se necessário o auxílio da Comunicação também para informar as pessoas sobre essas diferenças, ou seja, sobre possíveis consequências de determinadas escolhas alimentares. Por conseguinte, é também necessário informar que Nutrição, parte do grande campo da Saúde, tem curso com duração média de quatro anos. A formação possui disciplinas como anatomia, biologia celular, embriologia, fisiologia, bioquímica, histologia, composição de alimentos, entre outras. O nutricionista é, por vezes, erroneamente associado a um tipo de “profissional emagrecedor”, quando na verdade ele é o profissional que se dedica, entre outras tarefas, a educar a população por meio da Educação Alimentar e Nutricional para que ela possa assumir hábitos mais saudáveis, prevenindo o surgimento de doenças crônicas decorrentes de má alimentação. A outra área de conhecimento implicada, a da Gastronomia, por sua vez, está no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia do MEC como curso tecnólogo em Gastronomia, encontrando-se no eixo de Turismo, Hospitalidade e Lazer. O curso tem duração média de dois anos dedicando-se, pelos estudos relativos à alimentação, à preparação de pratos através de processos culturais. No curso há disciplinas como panificação, confeitaria, gastronomia saudável e sustentável, enologia, nutrição básica, cozinha profissional etc. Um dos objetivos da Gastronomia é dar toques

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

inovadores e artísticos aos alimentos e *Chefs* de cozinha se expressam, muitas vezes, por meio da identidade alimentar de determinada região ou país.

Certo é que, para além das publicações impressas, temas ligados tanto à Nutrição quanto à Gastronomia são encontrados constantemente em pauta, em todos os tipos de mídias e redes sociais, seja em formato de propagandas de marcas, mensagens de profissionais da área da alimentação ou em postagens amadoras feitas por usuários. Percebe-se a oferta e o consumo de vários produtos comunicacionais em que muitos nutricionistas e *chefs* utilizam estratégias do audiovisual para transmitir suas mensagens, realizando, para tanto, a denominada *dramaturgia audiovisual da alimentação*. Para tanto, lançam mão de figurinos e textos específicos, iluminação, cenário, sonoplastia etc. No entanto, embora informações estejam mais acessíveis e a ciência em constante evolução, persiste uma visão polarizada, restrita e dicotômica do “saudável e não saudável”, do “isso pode, isso não pode”, do “isso é comida de passarinho”, do “quem gosta de cenoura é coelho”, do “quem come mato é gado” enfim, de alimentos categorizados pelos seus nutrientes, por sua aparência e como sendo “bons ou ruins”, “heróis ou vilões” onde o prazer de comer é muitas vezes abandonado ou associado à culpa.

A culpa em comer algo considerado “não saudável” e romper determinados padrões físicos, impostos socialmente, têm potencial para desenvolver e cristalizar comportamentos depressivos e autopunitivos. Em efeito cascata, com a necessidade de tratamento para transtornos de origem alimentar, ascende um excesso de medicalização.

Nesse contexto, os holofotes são direcionados, neste livro, para a comunicação estabelecida sobre estilos de consumo alimentar, entre eles o consumo de “comida de verdade”. Para tanto, foi realizada a Análise da Materialidade Audiovisual – AMA de 32 episódios da série audiovisual *Rita, Help! Me ensina a cozinhar na quarentena!* Esses vídeos foram gravados na casa da chef/apresentadora no primeiro semestre de 2020, quando o isolamento social se fez necessário, em função da pandemia da covid-19.

A série foi anunciada no site da apresentadora no dia 02 de junho de 2020 por meio do seguinte texto: “Eu não via a hora de contar: Rita, Help! ganhou uma série com episódios novos, que são exibidos no GNT e no canal Panelinha, no YouTube!”. Rita Lobo contou ainda, na mesma postagem, que estava gravando novos episódios da série, assim como todo o conteúdo das 50 *lives* que fez na quarentena.

Os episódios foram exibidos às terças-feiras no canal GNT, com duração de meia hora e possibilidade de assistir a dois vídeos seguidos. Já no canal do site Panelinha, no YouTube, os programas foram ao ar de quarta a segunda, sempre às 17 horas. A proposta da série, que é objeto empírico desta obra, foi sistematizar um conteúdo audiovisual por meio do qual todos pudessem ter informações e

dicas de como se alimentar melhor durante a quarentena. Para as gravações, Rita Lobo contou com o auxílio do marido Ilan e de Gabriel, seu filho. Os episódios tiveram acabamento profissional do estúdio Panelinha.

A análise dessa série visa compreender se seu conteúdo, dedicado à *comida de verdade*, pertence ao que denominamos “indústria do saudável”, pois é necessário um olhar panorâmico, abrangente, uma escuta mais investigativa e individualizada sobre produções com temas alimentares, ou seja, audiovisuais que divulgam informações sobre os alimentos.

Esse tipo de reflexão torna-se ainda mais importante pelo grande peso cultural do audiovisual no país, associado ao fato de que, no Brasil, nota-se a existência de uma indústria dedicada a produtos ditos saudáveis. Palavras como *light*, *zero* ou *fitness* parecem ser utilizadas para chancelar o consumo desenfreado de determinados alimentos e bebidas, assim como há disputa de saberes e de poder nos campos da Nutrição, Gastronomia e Saúde.

2. PRATOS PRINCIPAIS: INTERFACES ENTRE SAÚDE, ALIMENTAÇÃO E MÍDIA

Temas relacionados à Comunicação, Alimentação e Saúde aqui se entrelaçam para ampliar o entendimento acerca de processos de formação de identidade alimentar influenciados pelo audiovisual. Com o passar dos tempos, tornou-se evidente o aumento do número de produções audiovisuais que tratam de consumo de alimentos, gastronomia e nutrição, influenciando comportamentos alimentares dos sujeitos. Nesse sentido, o presente capítulo apresenta reflexões sobre a forma de comunicação realizada por meio de audiovisuais que trazem determinados alimentos como protagonistas. Para isso, é importante questionar se essas produções se preocupam apenas em gerar consumo, audiovisual e/ou alimentar, ou se nelas há preocupação com a saúde dos seguidores/telespectadores, refletida em tese na oferta de material que permita acesso às informações corretas, com respaldo científico. Este, portanto, é um capítulo que busca, pela multidisciplinaridade, encontrar algumas respostas para questões relacionadas aos produtos audiovisuais que colocam a alimentação em pauta e em cena.

Para isso, em um momento inicial, é importante abordar a interface entre Saúde, Nutrição e Mídia. Um percurso que começa quando se entende os sentidos implicados em um ato corriqueiro como alimentar-se. Carregados de significações, a procura, a seleção, o modo de preparo e a forma de consumir os alimentos são processos existentes em todos os grupos sociais, e assim são acompanhados de hábitos e regras próprios e diversos. Refletir e pesquisar sobre como a alimentação pode ser instrumento de posicionamento social e político, em um mundo conectado e midiaticizado, pode contribuir para entendermos origens de alguns comportamentos de determinados grupos sociais. Segundo Contreras (2011, p. 19), o surgimento de temas alimentares nas agendas políticas dos anos 1990 gerou preocupação com comportamentos alimentares, fortalecendo o vínculo histórico entre saúde e alimentação.

A proposta, aqui, é lançar luz sobre a cultura alimentar e seu poder simbólico, pois ela participa de processos que envolvem saúde, identidade, educação, consumo, disputa de mercado e poder, sustentabilidade etc. Afinal, as pessoas comem por diversas outras razões que não somente as necessidades biológicas. Alimento

também pode representar conquista, derrota, memória, prazer, comunidade, família, solidão, contemplação, surpresa, amor, ódio, saúde, doença, punição, recompensa, espiritualidade, representatividade cultural etc.

É histórica a utilização de alimentos e bebidas para celebrar encontros entre pessoas, como por exemplo, comemoração de aniversário de casamento com jantar romântico, ornado com flores e/ou luz de velas. Quando seres humanos começaram a fazer refeições em conjunto, comer passou a fazer tão parte da cultura quanto da biologia.

Etnobiólogos e arqueólogos nos acenam para um fato singular. Quando nossos antepassados antropóides saíam a recoletar frutos, sementes, caças e peixes não comiam individualmente. Tomavam os alimentos e os levavam ao grupo. E aí praticavam a comensalidade, o que significa: distribuíam os alimentos entre si e comiam-nos comunitariamente. Esta comensalidade permitiu o salto da animalidade em direção à humanidade. Essa pequena diferença faz toda uma diferença (BOFF, 2012).

Alimentos ativam todos os sentidos humanos, não somente o paladar. Um aroma de determinada comida pode transportar ao passado e/ou mudar o presente e o futuro, alterando caminhos e planos: as pessoas podem entrar em determinado estabelecimento apenas por sentir o cheiro de alguma preparação culinária. Também podem atravessar ruas ou fechar janelas por aversão ao cheiro de algum ingrediente, sentir enjoo ou outra sensação desagradável. Por conseguinte, um aroma de comida, o som do preparo de algum alimento, o manuseio de algum ingrediente, a visão agradável ou desagradável de algum prato, raramente passam despercebidos sobre a relação humana com tempo/temporalidade.

Se, de um jeito ou de outro, o tempo passa e o fim se aproxima, algumas coisas nos permitem ter a sensação de que podemos “existir” por anos a fio: uma fotografia que amarela dentro da moldura, mas persiste na parede; a receita daquele doce gostoso que passa de geração em geração e atualiza quem o fez pela primeira vez (MUSSE et al., 2017, p. 7).

Nessa perspectiva, é possível citar produtos midiáticos, como programas de TV, séries e documentários, que recorrem a memórias alimentares para tratar de saúde, gastronomia, culinária e nutrição e estão disponíveis para consumo em canais de TVs abertas, fechadas, canais de *streaming*, plataformas digitais e redes sociais. Embora informações sobre alimentos estejam mais acessíveis e a ciência em constante evolução, persiste uma visão restrita e dicotômica do que é “saudável e não saudável”.

Em busca de ampliar tal entendimento restrito, é importante lembrar que saúde não significa ausência de doença. Assim sendo, para (re)conceituar o que é saúde, é válido retomar a Declaração de Alma-Ata, formulada por ocasião da Conferência Internacional sobre Cuidados Primários de Saúde. Reunida em Alma-Ata, no Cazaquistão, entre 6 e 12 de setembro de 1978, dirigiu-se a todos os governos, na busca da promoção de saúde a todos os povos do mundo. Instituída pela Organização Mundial da Saúde (OMS), essa Conferência, com embasamento em proposições formuladas pela própria OMS, intensificou as discussões acerca de necessárias modificações nas políticas nacionais de saúde. Segundo teses e propostas então desenvolvidas, um novo modelo, denominado Atenção Primária à Saúde – APS, seria imprescindível para a promoção de hábitos saudáveis.

Nesse sentido, deveriam ser consideradas como características fundamentais do modelo de APS o acesso universal da população aos serviços de saúde, com equidade e justiça social; haveria participação da comunidade na organização dos serviços e a implementação de serviços apropriados, voltados para necessidades mais imediatas. Um leque de ações integrais deveria ser oferecido aos usuários de sistemas de saúde, ou seja, ações com atividades curativas e preventivas. Por tudo isso, houve evolução no próprio conceito de saúde: não seria apenas ausência de doenças, mas um completo estado de bem-estar físico, psíquico e social, em uma compreensão ampliada do sujeito em seu processo de saúde e doença. Ascendeu, portanto, a valorização da qualidade de vida e bem-estar social (RIBEIRO, 2007). Nesse entendimento ampliado do tema, compreende-se que o estilo alimentar pode modificar processos relacionados à saúde e à doença. Assim, o ato de comer foi, através dos tempos, adquirindo novos sentidos além da necessidade de saciar, dando espaço para o surgimento das Ciências da Nutrição.

Na América Latina, o médico argentino Pedro Escudero influenciou fortemente a emergência da Nutrição. Criador do Instituto Nacional de Nutrição, em 1926, da Escola Nacional de Dietistas, em 1933 e do curso de médicos “dietólogos” da Universidade de Buenos Aires, na Argentina, suas concepções sobre esse campo do saber foram difundidas em toda América do Sul. O campo da Nutrição, no Brasil, contextualiza-se nas transformações econômico-político-sociais e culturais ocorridas no decorrer dos anos 1930 e 1940. Assim sendo, a Nutrição surge com a consolidação do modelo capitalista industrial, durante o governo de Getúlio Vargas. Emerge, nesse mesmo momento, a preocupação nacionalista por parte do Estado, como forma de embasamento social para manutenção do poder.

Médicos como Josué de Castro voltaram-se para a perspectiva social da Nutrição, atuando para o coletivo, a economia e disponibilidade de alimentos. A partir da década de 1940, originou-se o campo de estudos e práticas em Alimentação Institucional – Alimentação Coletiva – e nos anos 1950 e 1960 surgiu

a Nutrição em Saúde Pública, com intenção de contribuir para que a produção e distribuição de alimentos fosse acessível a todos os indivíduos. Com pouco mais de 80 anos de existência, no Brasil, o campo profissional da nutrição vem passando por marcantes transformações.

Em diálogo com esse campo do saber, entende-se que a combinação de alimentação saudável, exercício físico, equilíbrio emocional e psíquico contribui para que a qualidade de vida seja impulsionada e que as percepções desses processos sejam atravessadas pela linguagem e pela produção de sentidos. Em busca de promover a combinação desses três elementos, na linha da APS e da prevenção de doenças, muitos profissionais têm utilizado as mídias sociais para promoção em saúde e divulgação de seus trabalhos.

2.1 O PESO DA LEVEZA

As mídias televisiva e cinematográfica valorizam e até mesmo exigem, para suas produções, corpos musculosos, esbeltos e com traços leves, que proporcionam harmonia geométrica. Por outro lado, é possível perceber que quando atores ou atrizes acima do “peso ideal” protagonizam alguma produção midiática, a narrativa em geral assume tons de comédia. Também é comum encontrar, no campo cinematográfico, produções onde atores magros se caracterizam, no decorrer da trama, como personagens gordos, assumindo tons de graça, para que esta se encaixe no gênero comédia.

Sobre isso, três exemplos integram o imaginário ocidental do campo audiovisual, as produções no estilo *blockbuster*: *Uma babá quase perfeita* (1993), *O professor aloprado* (1996) e *Vovozona* (2000). Nos três filmes, atores magros se caracterizam com enchimentos e maquiagens para parecerem obesos, tornando-se caricaturas. Também chamam a atenção, nesse breve resgate de memória fílmica contemporânea, os personagens Fiona e Shrek, da animação homônima produzida pela PDI/DreamWorks Pictures (2001). Essa produção sinaliza e ressignifica a diversidade física nas telas, pois os personagens Fiona e Shrek, apesar de não corresponderem ao estereótipo ideal, são divertidos, charmosos e sedutores. Ainda que seja possível encontrar exceções no campo da animação para confirmar a regra da leveza/magreza como padrão normativo ou desejável dos corpos na sociedade brasileira contemporânea, nessa seção será abordado o *peso da leveza*, que inclui, para além da mídia, seus diálogos com um campo profissional, inclusive.

No campo da Nutrição, pode-se afirmar que a alimentação é um processo voluntário, ou seja, geralmente cada indivíduo seleciona o que deseja comer. Por outro lado, a nutrição é processo involuntário, pois o que se come, após ser digerido e metabolizado, cai na corrente sanguínea nutrindo – ou desnutrindo – o organismo humano. Como exemplo de desnutrição ou de alimento/bebida

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

que “deixa de nutrir”, estão as bebidas alcoólicas, pois elas podem alimentar, mas não nutrir, possuindo calorias denominadas “calorias vazias”. Nesse sentido, as pessoas vivem realizando escolhas alimentares que podem ou não contribuir com seus processos de saúde e doença, desde o momento em que acordam até o momento em que adormecem. Pressupõe-se que essas escolhas, no somatório dos dias, meses e anos, vão interferir, contribuindo ou não, na “qualidade de vida”. Nesse sentido, é importante citar os indivíduos com baixo poder aquisitivo ou até mesmo nenhum, que vivem a desnutrição não por escolha, mas por escassez parcial ou total de alimentos/nutrientes.

Criado em 1993 e extinto em 1994, em função do caráter transitório do governo Itamar Franco, o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Consea) foi recriado em 2003, no primeiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. De acordo com o *site* da Câmara dos Deputados (2019), o Conselho voltou com a missão de organizar o Projeto de Lei Orgânica para a Segurança Alimentar e Nutricional (Losan) no país, o que ocorreu em 2006. Até 2014, com políticas públicas envolvendo ministérios, governos estaduais e prefeituras, o Brasil saiu do Mapa da Fome da ONU.

Esse movimento de redução de desigualdades, a partir de políticas públicas voltadas para a alimentação, foi interrompido no dia 1º de janeiro de 2019, quando o Presidente Jair Bolsonaro – por meio da Medida Provisória 870 – fechou o CONSEA. O Brasil voltou então ao Mapa da Fome. Em 2020 foi possível presenciar e assistir também pelas telas o registro do aumento de indivíduos em situação de vulnerabilidade social. Muitos outros, sem moradia e vagando por ruas de cidades de todo o país, sobrevivem sem acesso a alimentação e possibilidade de higiene pessoal. A pandemia da covid-19 contribuiu para agravar essa situação.

O Brasil já está dentro do Mapa da Fome. Vamos ter que fazer todo um esforço de reconstrução. Esperamos que um dia se reponha a participação social no país, de forma que possamos, novamente, sair do Mapa da Fome, e oferecer condições de alimentação com comida de verdade para nossa população”, afirma Francisco Menezes, ex-presidente do *Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional* (Consea), em entrevista ao *Brasil de Fato*. Apesar do peso inegável da covid-19, na avaliação de Menezes, o vírus não pode ser apontado como o único responsável pelo cenário desastroso. Ele explica que há uma evidente piora no combate à fome e extrema pobreza no Brasil desde 2016, resultado das *políticas neoliberais* adotadas desde então, com destaque para o desmantelamento das políticas de segurança alimentar e nutricional (BRASIL DE FATO, 2020).

Os processos de alimentação têm componentes individuais, mas são sobretudo socialmente apreendidos. Nas etapas da vida humana, é na infância que se consolida toda a base para as aprendizagens posteriores. O crescimento e desenvolvimento cerebral, resultantes da sinergia entre um código genético e as experiências de interação com o ambiente, permitirão aprendizagem e desenvolvimento de habilidades sociais, emocionais, cognitivas, sensoriais e motoras que, transformadas em memória, serão base de toda uma vida. As experiências vividas – ou a privação delas – interferem nos processos simbólicos de desenvolvimento cerebral, já que nessa etapa é possível identificar períodos sensíveis para determinadas aprendizagens, como a linguagem. A primeira infância é plataforma de decolagem do universo simbólico, sensorial, perceptivo e comunicacional. Ela aproxima ou distancia as pessoas de um estímulo, mas também será o veículo para a condução de informação cognitiva, motora e emocional.

No aspecto nutricional, nessa fase da vida, é necessário obter, por meio da biodisponibilidade alimentar, acesso a nutrientes que promovam desenvolvimento físico e psíquico – como ferro, cálcio, vitaminas hidrossolúveis e lipossolúveis, presentes em frutas, verduras, legumes e outros alimentos naturais. Portanto, parece estar na mão dos adultos a responsabilidade de oferecer ou não alimentos considerados saudáveis, pois bebês e crianças pequeninas não têm possibilidade de selecionar e escolher. Nesse sentido, limitar crianças ao único consumo de alimentos sintéticos e/ou ultraprocessados pode condená-las à desnutrição, à desidratação e à extrema monotonia, furtando-lhes a possibilidade de conhecer e de ter acesso a diversos tipos de culturas alimentares. Alimentação monótona pode tornar as crianças obesas e sabemos que doenças crônicas também podem ser desencadeadas pela obesidade. Refletimos aqui sobre como as mídias podem contribuir para construção de hábitos alimentares que podem influenciar em processos físicos e psíquicos dos indivíduos.

O prazer em comer algo considerado um risco ao ideal de corpos magros, e entendidos como saudáveis, pode ser associado à culpa, como por exemplo o consumo de doces e chocolates. Nesse sentido, indivíduos com situação financeira favorável e que se sentem em descontrole por comer – ou não comer – de alguma forma, algum alimento, estão se habituando cada vez mais a buscar ajuda profissional. Anteriormente, consultórios de médicos com dietas prontas e indicação de inibidores de apetite eram as primeiras opções. No entanto, com o decorrer do tempo e o crescimento da divulgação da importância do profissional da Nutrição, essa realidade encontra-se em processo de transformação. As redes sociais têm contribuído muito para essa mudança, pois funcionam como verdadeiras vitrines, exibem páginas comerciais e postagens patrocinadas de diversos profissionais das mais diferentes áreas pertencentes ao campo da saúde.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Visitando algumas páginas de profissionais de Nutrição, percebe-se em destaque a presença de imagens de instrumentos para medir corpos, como fitas métricas, ilustrando alguns perfis, simbolizando uma tentativa de normatização física que valoriza o controle. Medidas pré-estabelecidas por meio de fórmulas como a do IMC – Índice de Massa Corporal – destacam-se como ferramentas para “promoção em saúde”. Frases imperativas funcionam como verdadeiros slogans e enaltecem a importância de hábitos alimentares disciplinados. Muitas dessas frases, lemas de alguns profissionais, são incentivadas a serem repetidas como frases militares que marcam o tempo durante marcha rumo ao treinamento para uma guerra que vislumbra a conquista de corpos leves e esbeltos.

Eis como ainda no início do século XVII se descrevia a figura ideal do soldado. O soldado é antes de tudo alguém que se reconhece de longe; que leva os sinais naturais de seu vigor e coragem, as marcas também de seu orgulho: seu corpo é o brasão de sua força e de sua valentia; e se é verdade que deve aprender aos poucos o ofício das armas — essencialmente lutando — as manobras como a marcha, as atitudes como o porte da cabeça se originam, em boa parte, de uma retórica corporal da honra (FOUCAULT, 1988, p. 162).

Se a mídia e a filmografia estão repletas de exemplos e modelos, há matérias jornalísticas que abordam comportamentos de adultos infelizes com seus corpos, enquanto também se observa o florescer de uma geração de crianças ansiosas, sofrendo com transtornos alimentares como anorexia e bulimia e, em efeito cascata, desenvolvendo hipertensão arterial, tornando-se deprimidas e fisicamente insatisfeitas, sendo a busca pelo “corpo leve” uma espécie de obsessão. A culpa em comer algo considerado “não saudável” e romper determinados padrões físicos impostos socialmente tem potencial para desenvolver e cristalizar comportamentos autopunitivos, assim como transtornos psicológicos e alimentares.

Tal cenário foi objeto de reflexões de Lipovetsky, para quem “a revolução da leveza não vem do imaginário ficcional: ao investir na esfera submicroscópica ela inventa um mundo que afeta todos os setores da vida. Uma nova era da leveza começa, e ela coincide com seu momento high-tech” (2016, p. 20).

É nesse sentido que é observado, no convívio cotidiano com pessoas de idades diversas, o aumento do uso de medicalização para tratar ou minimizar algum tipo de transtorno psicológico e/ou psiquiátrico, como depressão e ansiedade. Em sua obra *O nascimento da clínica*, Foucault (2004) aponta para uma “transformação do olhar”. Segundo ele, o olhar que incorpora a subjetividade da “arte de curar” vai sendo gradativamente substituído por um simples olhar que localiza a doença no corpo. Percebe-se, em 2020, em função da pandemia da covid-19, um aumento de

indivíduos ansiosos e deprimidos por diversos fatores, como perda de emprego, dívidas e crise financeira, distanciamento social e/ou isolamento. Muitos desses indivíduos, também por sublimação e/ou algum mecanismo de compensação, aumentaram o consumo alimentar. Além do aumento do peso físico, sentem o aumento do peso da cobrança por corpos e almas mais leves.

Segundo pesquisa da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), os problemas de *saúde mental* estão aumentando em escala preocupante durante a *pandemia do novo coronavírus* e o isolamento social. O estudo foi feito através de um questionário on-line durante os dias 20 de março e 20 de abril, que contou com a resposta de 1.460 pessoas de 23 estados. O levantamento aponta que os casos de *depressão* quase dobraram e os de *ansiedade e estresse* tiveram um aumento de 80%. Além disso, a pesquisa revelou que as mulheres são as mais propensas do que os homens a sofrer com ansiedade e estresse durante o período de epidemia. Outros *fatores de riscos* apontados para o estresse e a ansiedade são: *alimentação desregrada*, doenças preexistentes, ausência de acompanhamento psicológico, sedentarismo e necessidade de sair de casa para trabalhar (ESTADO DE MINAS, 2020).

Tais dilemas contemporâneos estavam no horizonte do cenário descrito por Lipovetsky (2016, p. 19): “nunca a leveza criou tantas expectativas, desejos e obsessões. Nunca ela incentivou tanto o comprar e o vender”. Essa referência fornece respaldo para tratar de temas relacionados a vários tipos de leveza e vários tipos de consumo. Percebe-se que a busca de sujeitos pela leveza física e pela leveza psicológica cria demanda para o consumo de vários tipos de alimentos e medicamentos, fortalecendo a hegemonia de indústrias especializadas que atuam nesses setores mercadológicos.

2.2 “SOFRÊNCIA ALIMENTAR”, NUTRICIONISMO E A INDÚSTRIA DO SAUDÁVEL

Por meio da expansão do agronegócio, alimentos como soja e milho são transformados em commodities e grandes empresas se beneficiam ao se apropriarem de conhecimentos da ciência, utilizando-os na promoção de produtos, de acordo com seus interesses. Embalados, modificados e/ou alterados, alguns alimentos frequentam as prateleiras de supermercados do mundo inteiro contendo sabores padronizados. O mesmo ocorre com algumas bebidas: são várias industrializadas, engarrafadas e reconhecidas como sucos e águas saborizadas. Os nomes geralmente confundem os consumidores, pois remetem a bebidas

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

naturais e saudáveis, no entanto muitas não passam de refrigerantes, ou seja, bebidas gaseificadas que possuem ingredientes sintéticos em suas fórmulas.

Raramente consumidores se interessam em ler os rótulos que informam sobre valores nutricionais e ingredientes dos alimentos. Por outro lado, os que se interessam geralmente não conseguem ler o que está escrito nas embalagens, pois quase sempre as palavras são impressas de maneira extremamente pequena. É nesse sentido que muito se tem questionado sobre rotulagem de alimentos:

A rotulagem nutricional de alimentos, tal como é hoje, não favorece nosso acesso à informação. Temos dificuldade em localizar e compreender dados que deveriam guiar nossas escolhas alimentares. E já está comprovado que o melhor modelo de rotulagem nutricional é o de alerta em formas de triângulos. Consumidores mais bem informados são capazes de fazer melhores escolhas em direção a uma alimentação mais saudável (IDEC, 2020).

É fundamental enfatizar a importância da comunicação para que informações sobre alimentos possam ser popularizadas e democratizadas. A população brasileira, estratificada em classes sociais com poderes aquisitivos diferentes, necessita de políticas públicas que promovam o acesso à educação alimentar e nutricional, também pelos meios de comunicação. Elementos que conscientizem sobre a importância e consequências das escolhas alimentares dos sujeitos carecem ser multiplicados, em linguagens diversas e circulação pulverizada. Nessa perspectiva se enquadra trabalho desenvolvido pela autora, Bicalho (2011), *MPN – Música Popular Nutritiva*, que foi estrategicamente concebido com objetivo de realizar educação alimentar e nutricional através da música. Um dos produtos desenvolvidos e lançados foi um livreto acompanhado de CD (2011), com conteúdos sonoros e visuais que promoviam alimentos naturais, popularmente conhecidos como “comida de verdade”. Entre 2013 e 2014, em parceria com o SESC Rio (financiador), o projeto MPN ganhou o formato de aulas e palestras, sendo desenvolvido em escolas municipais e estaduais da baixada fluminense. Em 2015, selecionado pela Lei Murilo Mendes, política municipal de incentivo à cultura em Juiz de Fora (MG), o projeto recebeu o subtítulo de *NutriSom* e circulou por dez escolas municipais e estaduais da cidade.

O Guia Alimentar para a População Brasileira (2015) veio para oferecer um conjunto de explicações e recomendações sobre alimentos, com intuito de promover a saúde da sociedade brasileira como um todo, classificando os alimentos em naturais, minimamente processados, processados e ultraprocessados. De acordo com o Guia (2015, p. 29) “alimentos *in natura* são obtidos diretamente de plantas ou de animais e não sofrem qualquer alteração após deixar a natureza.”.

Quanto aos alimentos minimamente processados, o Guia (2015) afirma que estes correspondem a alimentos naturais que foram submetidos a “remoção de partes não comestíveis ou indesejáveis, fracionamento, moagem, secagem, fermentação, pasteurização, refrigeração, congelamento e processos similares que não envolvam agregação de sal, açúcar, óleos, gorduras etc.”.

Por outro lado, os alimentos processados, de acordo com o Guia (2015), são aqueles “fabricados pela indústria com a adição de sal ou açúcar ou outra substância de uso culinário a alimentos *in natura* para torná-los duráveis e mais agradáveis ao paladar. São produtos derivados diretamente de alimentos e são reconhecidos como versões dos alimentos originais.”. Os ultraprocessados, por sua vez, “[...] devido a seus ingredientes, alimentos como biscoitos recheados, salgadinhos ‘de pacote’, refrigerantes e macarrão ‘instantâneo’ são nutricionalmente desbalanceados.”. Sobre suplementos alimentares, vale atentar para o fato de que, de acordo com o site da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa):

[...] não são medicamentos e, por isso, não servem para tratar, prevenir ou curar doenças. Os suplementos são destinados a pessoas saudáveis. Sua finalidade é fornecer nutrientes, substâncias bioativas, enzimas ou probióticos em complemento à alimentação. A categoria de suplemento alimentar foi criada em 2018 para garantir o acesso da população a produtos seguros e de qualidade. Nessa categoria foram reunidos produtos que estavam enquadrados em outros grupos de alimentos e foram definidas regras mais apropriadas aos suplementos alimentares, incluindo limites mínimos e máximos, populações indicadas, constituintes autorizados e alegações com comprovação científica. Com essa mudança, alimentos que eram enquadrados com ‘alimentos para atletas’, ‘alimentos para gestantes’, ‘suplementos vitamínicos e minerais’ foram reunidos nessa categoria. A categoria de suplemento alimentar foi criada em 2018 para garantir o acesso da população a produtos seguros e de qualidade. Nessa categoria foram reunidos produtos que estavam enquadrados em outros grupos de alimentos e foram definidas regras mais apropriadas aos suplementos alimentares, incluindo limites mínimos e máximos, populações indicadas, constituintes autorizados e alegações com comprovação científica. Com essa mudança, alimentos que eram enquadrados com ‘alimentos para atletas’, ‘alimentos para gestantes’, ‘suplementos vitamínicos e minerais’ foram reunidos nessa categoria (ANVISA, 2019).

Em uma caminhada pelas ruas em Juiz de Fora (MG), atividade realizada com frequência pré-pandemia, é possível observar o pleno desenvolvimento da oferta de suplementos alimentares em farmácias e supermercados. Vários

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

tipos de suplementos – com grande variedade de sabores atrativos, como chocolate – são também comercializados em *sites* e *blogs* especializados.² Tais textos, digitalmente acessados, ensinam passo a passo sobre como vender esses produtos que prometem “corpos perfeitos”. Nesse sentido, é comum encontrar pessoas consumindo produtos sem saber – através de verificação feita por meio hemograma completo e analisada por nutricionista ou médico – se há necessidade de consumi-los ou não. A valorização de gêneros alimentícios industrializados parte do princípio de prazer que eles oferecem. A indústria de *shakes* e suplementos está em constante busca por aperfeiçoamento de seus ingredientes sintéticos, oferecendo sabores e texturas que agradam todos os gostos. De acordo com Houzel (2012, p. 152) “o prazer, por sua vez, depende da ausência de sinais da saciedade – e de fato vem da boca, e não da plenitude do estômago”.

Da mesma forma, presencia-se a transfiguração da comida em remédio. Como exemplo, é possível citar toda uma linha que promete leveza aos corpos, gerando uma demanda e um aumento do mercado consumidor, por meio da criação de produtos idealizados como “*fitness*”, *lights* e saudáveis. Na esteira, brotam academias por todos os cantos, assim como presenciamos o crescimento da indústria de roupas especializadas para prática de exercícios físicos. Hoje temos a publicização valorizada da Nutrição Esportiva, em que nutricionistas se especializam e se dedicam a elaborar cardápios “pré-treino” e “pós-treino”. Alimentos sem glúten e sem lactose, assim como barras com cereais e/ou proteínas, estão em locais de destaque nas prateleiras de farmácias e supermercados. Pipocam revistas sensacionalistas com dietas que prometem emagrecimento rápido, como dietas da lua, dietas de sopas etc., restringindo vários alimentos e/ou grupos alimentares – como carboidratos, por exemplo – promovendo verdadeira “sofrência alimentar”, ou seja, provocando sofrimento e tristeza em quem não busca orientação correta e atendimento profissional individualizado.

Simultaneamente, há a expansão do “nutricionismo”. Segundo Pollan (2013, p. 30), o termo nutricionismo foi cunhado pelo sociólogo australiano Gyorgy Scrinis, em 2002, num ensaio com o título *Sorry Marge*. Nutricionismo não é sinônimo de Nutrição, pois trata de uma ideologia e não de assunto científico. Definir Nutrição exige complexidade, pois envolve diversos aspectos biológicos, fisiológicos, econômicos, culturais, psicológicos e sociais. No entanto, em Nutrição, estuda-se todos os processos pelos quais o organismo humano recebe, utiliza e elimina os nutrientes ingeridos. O profissional que se dedica a estudar formalmente esses processos é, portanto, nutricionista. Por sua vez, segundo Pollan, (2013, p. 31) o nutricionismo parte “do princípio que o alimento serve principalmente para

2 Por exemplo: <https://blog.olist.com/1-como-vender-suplementos-alimentares/>.

promover a saúde física, onde os nutrientes dos alimentos deveriam ser divididos em saudáveis e insalubres, bons e maus nutrientes”.

Trata-se de um reducionismo, uma dramatização, onde alimentos se transformam em bandidos ou mocinhos, heróis ou vilões, categorizando e segregando, normatizando e valorizando uns em detrimento de outros. Tomando como referência a dramaturgia do telejornalismo, proposta por Coutinho (2012, p. 188), é possível perceber a existência de recurso narrativo análogo na ideologia do nutricionismo. Um exemplo são postagens feitas por amadores, em redes sociais, onde aparecem enormes listas com imagens de alimentos separados e categorizados em heróis ou vilões. O símbolo da Nutrição é uma balança, portanto, pressupõe-se que alimentos não necessitam ser excluídos dos cardápios, podendo ser consumidos com equilíbrio.

Essas prescrições e relação com a Nutrição podem ser tensionadas a partir dos conceitos de biopoder, de Michel Foucault e de psicopoder, de Byung-Chul, questionando narrativas relacionadas à alimentação, inclusive aquelas recheadas de memórias, emoções, sentimentos e simbolismos. Essas narrativas remetem a processos sociais que podem ser romantizados, induzindo o leitor e/ou ouvinte/telespectador/seguidor a enaltecer determinados alimentos em detrimento de outros.

Sobre Biopoder, Foucault apresenta esse refinado conceito na obra *História da sexualidade I* (1988). Para o autor, o conceito foi indispensável para o desenvolvimento do capitalismo, pois serviu para assegurar a inserção controlada dos corpos no aparato produtivo e para ajustar os fenômenos da população aos processos econômicos. O autor defende que, desde o final do século XVIII, operam duas tecnologias de poder (FOUCAULT, 1988), sendo a primeira, de cunho disciplinar, centrada em corpos individuais que devem ser vigiados, treinados e eventualmente punidos, com foco em suas forças que precisam ser controladas para tornarem-se úteis e dóceis. A segunda centra-se na vida e é dirigida à normatização do comportamento.

No campo da alimentação, luta-se não somente pelos troféus vindos das disputas pelo poder, mas para escrever as regras dos jogos. Segundo Byung-Chul (2018, p. 130), o controle biopolítico é voltado para fatores externos e coletivos, como reprodução, taxa de mortalidade ou estados de saúde, portanto não possui penetração na *psyche* dos indivíduos. Muito há que se questionar sobre isso. O autor aponta para uma nova mudança de paradigma, onde o panóptico digital não se caracteriza como uma sociedade disciplinar biopolítica e sim uma sociedade da transparência psicopolítica. Afirmar também que o psicopoder ocupa o lugar do biopoder e a psicopolítica está controlando pensamentos com auxílio da vigilância digital, potencializando, por conseguinte, intervenções em processos psicológicos.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Nesse sentido, a respeito de vigilância digital, reflete-se sobre uma “vigilância de mão dupla”. Para abordá-la, será tomado como exemplo o Programa Mais Você – apresentado por Ana Maria Braga – que não apenas é assistido e seguido, como também é vigiado. Um exemplo desse controle foi a reação provocada no público a partir da edição do programa exibida em 2017, quando a atriz Taís Araújo recusou experimentar nhoque de abóbora – legume que ela revelou não gostar. A reação do público foi instantânea, uns enviando mensagens de aprovação e outros de reprovação diante da insistência da apresentadora Ana Maria Braga para que ela provasse o prato.

A convidada do dia, Taís Araújo, se recusou a comer um prato preparado por Ana Maria Braga, alegando que não comia abóbora. “*Nunca vi você convidar alguém para comer na sua casa e a pessoa chegar e falar que não come*”, disse a apresentadora dando uma alfinetada na atriz. Louro José, companheiro de anos de Ana Maria também comprou a briga: “*Que desfeita*”, disse o papagaio. O clima ficou ainda pior após apresentadora tentar argumentar usando um dos tuítes comentados pelo público: “Estou vendo aqui no Twitter uma pessoa dizer: ‘Taís, quando a gente vai na casa de uma pessoa, a gente não fala isso’”. Taís permaneceu irredutível e respondeu na lata: “*Gente, não vou comer abóbora só porque estou aqui. Não vou mesmo*” (TV FOCO, 2019).

A atriz não sucumbiu à pressão para que provasse a preparação com abóbora e, nesse sentido, é possível refletir sobre o exercício de psicopoder – tanto da apresentadora quanto do público – e questionar: até que ponto pessoas consomem algum alimento que não gostam apenas para fazer parte de algum grupo e/ou serem aceitas socialmente? Também é possível refletir sobre o exercício de psicopoder em vídeos consumidos em larga escala em plataformas como YouTube, onde diversos estilos alimentares são divulgados, estimulando consumo deles.

2.3 AUDIOVISUAL E MARKETING ALIMENTAR NO YOUTUBE

Alguns *youtubers* e influenciadores digitais encarnam histórias nas lacunas deixadas pela indústria da mídia. A TV aberta não esculpiu, recentemente, nenhum ídolo infantil – como Xuxa, por exemplo. Usufruindo dessa tendência e dessa lacuna presentes no mercado de entretenimento, encontram-se *youtubers* produzindo audiovisuais ambiciosos, com cenários e todo um aparato teatral direcionado – segundo eles – também para promover educação alimentar e nutricional entre adultos e crianças. Esses audiovisuais são distribuídos em diversas mídias e muitos produtos são comercializados a partir deles, gerando consumo não somente de alimentos, mas também de revistas, livros, roupas etc. De acordo com Jenkins

(2009, p. 141) “uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo.”. Nesse sentido, os meios são utilizados, cada um com sua peculiaridade, a fim de que uma história possa ser expandida, desdobrando-se em filme, programa de televisão, quadrinhos, *games* etc. O consumo é, por conseguinte, gerado a partir da compreensão obtida por meio de diversas mídias – que atraem nichos de mercado e públicos diferentes.

Não há como negar fortes motivações econômicas por trás da narrativa transmídia. É possível perceber, nessa perspectiva, *youtubers* criando robustas ligações emocionais e utilizando essas ligações para gerar consumo de diversos produtos. Sobre “economia afetiva”, Jenkins nos define o termo como uma nova configuração da teoria de marketing que vem ocupando grande espaço na indústria das mídias.

[...] a economia afetiva procura entender os fundamentos emocionais da tomada de decisão do consumidor como uma força motriz por trás das decisões de audiência e de compra. Este novo discurso de marketing procura moldar os desejos dos consumidores para direcionar as decisões sobre o que vão adquirir, o que vão comprar. É necessidade de quantificar o desejo e transformar emoções em commodities (JENKINS, 2009, p. 97).

Sobre essa nova estratégia de marketing que utiliza o afeto como ferramenta, serão destacados a seguir três *youtubers*: Luccas Neto, Bela Gil e Rita Lobo, como índices desse consumo afetivo-alimentar. Luccas Neto, em seu canal, tem como protagonistas os alimentos ultraprocessados. Os protagonistas do canal de Bela Gil são alimentos naturais. Rita Lobo propõe uma forma rápida e prática de cozinhar, utilizando seus protagonistas: alimentos e temperos frescos, conhecidos como “comida de verdade”.

A proposta aqui não é uma espécie de análise comparativa sobre valores nutricionais de alimentos promovidos pelos três, mas tão somente lançar luz sobre as práticas audiovisuais de três *youtubers* que divulgam estilos alimentares diferentes e utilizam elementos da dramaturgia, nas mídias, para vender comidas e outros produtos. Para tanto, promovem alimentos de várias formas: romantizadas, cômicas, utilizando roteiros, cenários, recursos lúdicos, trilhas sonoras, resgate de memórias e outros recursos onde emoções de toda natureza são invocadas e incitadas.

2.3.1 LUCCAS NETO

Com massiva atuação em várias plataformas e redes sociais, personificando jogos e bonecos e com filmes em exibição no canal de transmissão Netflix, o

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

youtuber Luccas Neto também lançou revistas infantis, recheadas de quadrinhos e brincadeiras. Possui sua imagem estampada em camisas, toalhas e outros muitos objetos. Com a agenda cheia, com apresentações em teatros por todo o Brasil, Luccas Neto arrebanha, a cada dia, milhares de seguidores em seu canal, na plataforma YouTube. Esses seguidores têm, em média, entre 02 e 11 anos de idade. De acordo com seu site oficial, <https://www.youtube.com/user/luccasneto>, Luccas estimula a criatividade e imaginação de suas “foquinhas” – maneira com a qual apelida seus fãs. O objetivo, segundo informações contidas no mesmo site, é transmitir mensagens socioeducativas para crianças e familiares, sendo enfatizada a participação de psicólogos, pedagogos e psicopedagogos encarregados de supervisionar os conteúdos dos vídeos postados diariamente.

Nascido no Rio de Janeiro, em 08 de fevereiro de 1992, no bairro Engenho de Dentro, Luccas Neto reformulou todo o conteúdo de seus vídeos quando definiu as crianças como seu público-alvo. Para tanto, modificou todo o seu discurso, anteriormente agressivo, crítico e irônico. Segundo Felitti (FOLHA UOL, 2019) Luccas Neto costumava chamar seus seguidores, nos primeiros vídeos postados na plataforma YouTube, de crianças “burras” e “retardadas”. No entanto, atualmente é uma das maiores estrelas infantis da *internet*: adapta fábulas e contos clássicos infantis, utilizando cenários, atores e trilha sonora, tendo concebido aproximadamente 39 personagens. De acordo com seu site oficial, Luccas e os supervisores de conteúdo dos vídeos auxiliam os pais na educação das crianças dessa geração. No dia 22 de janeiro de 2020, às 16h35, observamos que o canal do *youtuber*, denominado Luccas Neto – LUCCAS TOON, contava com 28,3 milhões de inscritos. Luccas Neto encabeça a lista de livros infanto-juvenis mais vendidos do Brasil e em breve deve estar com programação em TV e longa metragem nas telas de cinemas. Sua presença também pode ser notada em lojas especializadas em produtos infantis, onde é possível encontrá-lo em forma de bonecos, assim como tema para materiais escolares, jogos etc. Em seus vídeos, ele também costuma registrar exageradas compras de brinquedos, de balas e de doces, nos Estados Unidos. “Eu amo fazer compras, ainda mais nos Estados Unidos, que é tudo baratinho!” é frase repetida, exaustivamente, em quase todo conteúdo postado em seu canal.

Entre 2016 e 2018, Luccas Neto postou excessivo material com temática voltada para consumo alimentar, onde faz misturas insólitas, como macarrão instantâneo com chocolate, recheio de cem biscoitos para formar um só etc. Luccas Netto deletou ou retirou do acesso público cerca de 96 vídeos que continham palavrões e conteúdos que não seguiam o formato de sua nova linha editorial. Assim, dois bilhões de visualizações foram excluídas. A guinada editorial na carreira do *youtuber* coincide com a época em que fundou nova empresa; ele é sócio

da Take4Content, com João Pedro Paes Leme e Cassiano Scarambone, ambos veteranos do mercado audiovisual, com passagem pela TV Globo.

2.3.2 BELA GIL

Em perspectiva bastante diversa, Bela Gil é apresentada em seu *site* como mestre em ciências gastronômicas pela Universidade do Slowfood (UNISG), na Itália. Formada em Nutrição pela Hunter Collage, em Nova Iorque, a apresentadora é chef de cozinha natural, ativista e filha do cantor, compositor e ex-ministro da Cultura Gilberto Gil. Ela ainda participa de vários projetos destacando a importância da alimentação saudável; em seu *site*, encontramos também diversos links que nos direcionam para o Curso da Bela, apresentado com uma promessa-desafio: “Aprenda definitivamente a ter uma alimentação que faz bem para o seu corpo, mente e espírito”. Também no espaço virtual, há postagens sobre assuntos relacionados ao que ela chama de “Bebês Ecológicos”. Além disso, no *site* da apresentadora, são comercializados, entre outros produtos: “Fraldas Ecológicas da Coleção Bela Gil”; livros; “Calcinha Absorvente Bela Gil”; “Sabão em pasta Bela Gil” etc. (2020).

Há referência ao programa de TV, veiculado no canal GNT, onde ela ensina culinária vegana. Escrevendo o nome Bela Gil no buscador do Google e em seguida clicando em imagens, encontra-se uma infinidade de produtos orgânicos e ecológicos com sua marca, como misturas para bolos, tapiocas, sabão de cozinha em pasta e em barra etc. Bela Gil tem mais de 2,5 milhões de seguidores em suas redes sociais e estreita sua relação com o público, com o “Canal da Bela”, no YouTube. Lá são abordados todos os temas ligados à “vida saudável”, à alimentação orgânica, ao consumo consciente e à maternidade. Para tanto, recorre a trilhas sonoras e cenários bucólicos.

Bela Gil levanta o tempo todo a bandeira da comida de qualidade todo dia na mesa de todos. Por isso, uniu-se a parceiros que também tem o mesmo norte, lançou uma linha de produtos orgânicos com a Mãe Terra, o Melado de Cana orgânico com a Monama, brownie orgânico com o Brownie do Luiz, azeite orgânico com a Andorinha e um sabão em pasta com olho de coco de babaçu. Tem uma coleção de fraldas e absorventes de pano e um mine berço pela Morada da Floresta, recentemente lançou uma calcinha absorvente pela Korui e tem também uma coleção com a marca carioca de roupas Cantão uma coleção inspirada nas estampas e texturas que ela tanto adora (BELA GIL, 2020).

Ao transcrever a citação acima, nota-se a grafia de algumas palavras, entre elas “olho” de coco de babaçu. Talvez devesse ser óleo e não olho. Destaca-se

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

também uma outra questão: Bela levanta a bandeira da comida de qualidade para todos, no entanto, é nítido que ela é direcionada a um público-alvo específico, pertencente a uma classe social com poder aquisitivo diferenciado. Nesse sentido, é possível refletir:

De acordo com o conceito de Segurança Alimentar e Nutricional, com base em práticas alimentares saudáveis, deve-se garantir a todos condição de acesso aos chamados alimentos básicos, com qualidade, em quantidade suficiente, de modo permanente e sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais que contribuam com uma existência digna em um contexto de desenvolvimento integral e saudável” (PHILIPPI, 2008, p. 04).

Nem todos os brasileiros têm acesso a alguns ingredientes e produtos anunciados por ela. Nessa perspectiva, é proposta aqui uma reflexão sobre o que o site quer dizer com “comida de qualidade na mesa de todos” e que sentidos apresenta e representa nos campos da Comunicação e da Nutrição.

2.3.3 RITA LOBO

O foco de Rita Lobo é ensinar pessoas com pouco tempo para cozinhar a inserirem hábitos alimentares saudáveis em seu dia a dia e, para tanto, ensina receitas práticas e rápidas que valorizam alimentos frescos e naturais. Rita também valoriza a culinária de outros países, promovendo uma espécie de miscigenação alimentar no preparo de refeições, onde combina alimentos e elementos de várias culturas.

Eu sempre acho que tem uma coisa francesa fantástica que é o orgulho das próprias tradições, acho que foi muito marcante observar. No Japão, esse cuidado com a apresentação, mais minimalista, e essa ‘coisa’ do ofício. O meu paladar, isso eu quase não levo pro meu trabalho, eu gosto de sabores étnicos, de combinações que eu não tinha pensado antes. Então, a primeira vez que fui ao Marrocos e é uma comida que mistura, na comida salgada, a canela, eu fiquei fascinada (LOBO, 2019).

Em seu perfil no Instagram, no dia 20 e julho de 2020, foram contabilizadas 11,5 mil publicações e 1,5 milhões de seguidores. Rita Lobo é criadora do site Panelinha, possui nove livros editados e seu programa Cozinha Prática vai ao ar todos os dias às 21h no Canal GNT. Seu canal Panelinha, no YouTube, no dia 20 e julho de 2020, tinha 715 mil inscritos. Sua habilidade para comunicação fez com que também tivesse programas nas Rádios Estadão e Eldorado, de São Paulo.

Rita Lobo, ex-modelo, é sucesso em diferentes mídias, ensinando leitores, seguidores e telespectadores a cozinhar. De acordo com entrevista realizada pela

Revista Gourmet, no dia 12 de fevereiro de 2016, Rita revela ter origem húngara e italiana, por parte de mãe e portuguesa por parte de pai e conta que aos 7 anos de idade começou a se interessar pelo que se passava na cozinha de casa.

Logo que me formei, buscava apenas o prazer de preparar o prato mais saboroso. Se ficasse melhor com bacon e creme de leite fresco, vamos lá. Foi quando me deu um clique: “Isso não é pé no chão, não, é o dia a dia. Se eu comer pratos assim todos os dias, vou parar no hospital. Preciso achar o meu jeito de me alimentar e que possa sugerir para as pessoas”. Quando os meus filhos nasceram, tive uma mudança radical. Antes deles, a comida era apenas fonte de prazer. Passou a ser, também, fonte de saúde. E não estou falando de comida diet, light, nada disso. Comida é, também, ferramenta de comunicação, pois com um prato gostoso, você consegue atrair a atenção dos familiares (LOBO, 2016).

Em entrevista concedida ao médico Drauzio Varella, realizada em abril de 2015, Rita Lobo conta que foi modelo na adolescência, mas não via essa atividade como carreira. Viajou boa parte do mundo, como França, Estados Unidos, Japão etc., realizando esse trabalho e segundo ela “sempre fotografando em locações incríveis” e constantemente se encantando com as culturas gastronômicas dos lugares que conhecia. A partir dos 18 anos, decidiu fazer um curso de culinária em Nova Iorque, mais precisamente no Institute of Culinary Education (ICE). Rita comenta com Drauzio que problemas relacionados à saúde dos americanos muito têm a ver com o consumo excessivo de refrigerantes, alimentos ultraprocessados e com o distanciamento da cozinha, do ato de cozinhar, sendo que o mesmo ocorre no Brasil. Ele, como médico, durante a entrevista, concorda com ela. Também relata que nos Estados Unidos, desde o final do século XX, já havia muitas pessoas interessadas em gastronomia para mercado editorial, assim como canais de TV. Foi então que decidiu trilhar o caminho comunicacional, ensinando a cozinhar. Rita considera o ato de cozinhar uma atividade libertadora.

Eu acho que cozinhar é libertador. Primeiro porque você não depende da indústria alimentícia, não precisa comer lasanha congelada porque não sabe cozinhar, quando você sabe cozinhar você sabe que não precisa usar tempero pronto, que não só é péssimo pra saúde como destrói seu paladar. É libertador porque você não depende de ninguém, você chega em casa e faz o seu jantar. Porque cozinhar é uma maneira não só de alimentar o seu corpo mas também as relações: faça a experiência, o que é cozinhar para sua família e depois jantar e o que é colocar uma lasanha congelada no micro-ondas e depois

deixar cada um comer onde quiser (LOBO, 2019).

Na mesma entrevista, ela conta que foi em 1995, de volta a São Paulo, que trocou definitivamente as passarelas pelas caçarolas.³ Foi convidada, pela Revista da Folha, para escrever sobre comida. Rita aprendeu tudo do zero, pois em sua casa foi criada comendo comida feita por cozinheiras. O curso realizado em Nova Iorque teve duração de seis meses, com acréscimo de dois meses de estágio. As aulas diárias começavam às 9h e se estendiam até às 17h. Rita conta também de sua paixão pela alquimia dos alimentos, ou seja, seu encantamento pela magia da transformação e combinação de ingredientes em algo saboroso.

De descendência húngara, Rita valoriza extremamente temperos regionais e conta que em 1997, ao entrevistar um chinês, proprietário de restaurante, recebeu convite para abrirem um restaurante de comida oriental. O chinês abandonou a sociedade pouco tempo depois do restaurante aberto e a esposa dele se tornou sua sócia. No entanto, foi ali que também percebeu que não queria esse tipo de trabalho e sim ensinar a cozinhar. Assim sendo, abandonou o restaurante em 2000 e criou o site Panelinha.

Nós ficamos com um restaurante 3 anos, foi muito bem. Depois disso, eu comecei o Panelinha, que foi melhor ainda.... Vida de restaurante, eu não gosto. Esse negócio de ficar falando na mesa, eu não tenho talento pra isso. Eu sei fazer aquilo “eu acho que você vai conseguir aprender a cozinhar”. Eu costumo ser boa nisso, não tenho um número certo mas te digo que milhares de pessoas já conseguiram cozinhar com o Panelinha (LOBO, 2019).

Quando o site Panelinha completou 10 anos, Rita lançou seu livro homônimo que foi escrito durante o tempo do site no ar. Outro livro, o *Pitadas*, veio de junção de dicas que faziam parte de um blog que pertencia ao site Panelinha. Em seu *site* há um *link* que direciona para “loja”, onde encontram-se à venda livros, utensílios de cozinha, panelas, eletroportáteis e louças em geral. Em 2020, Panelinha completa 20 anos, começou como *site*, se desdobrando em livro, editora e produtora voltada para o ensino de cozinhar a “comida de verdade”, ou seja, a comida que não é pronta e utiliza ingredientes naturais. As receitas passam por etapas de pré-produção e pré-preparo, onde são elaboradas e testadas. Para as gravações dos vídeos para o YouTube e redes, são utilizados cenários, trilhas sonoras, narrativas que despertam memórias, assim como narrativas cômicas e dramáticas.

3 A caçarola é uma panela, normalmente de ferro e com tampa usada com frequência em todo o Brasil, especialmente nas comunidades do interior. Utilizada para cozinhar alimentos, esquentar água para uso doméstico e fazer remédios. Na narrativa de Monteiro Lobato, tia Nastácia, personagem do Sítio do Pica Pau amarelo usava caçarolas.

Durante a pandemia da covid-19, em 2020, Rita Lobo adaptou o quadro Rita Help, que faz parte de seu programa Cozinha Prática – GNT – e protagonizou o *Rita Help - me ensina a cozinhar na quarentena* onde ensinou, na cozinha de sua casa, receitas simples para quem nunca havia cozinhado na vida. Para tanto, também fez mais de 50 *lives* e o projeto se transformou em livro.

Rita Help - me ensina a cozinhar na quarentena é o objeto empírico deste livro, aplicando o método da Análise da Materialidade Audiovisual a um universo de 32 vídeos que compõem a série, disponível no Canal Panelinha, no YouTube.

De acordo com o site Panelinha, *Rita Help* tem “tudo que você precisa saber para se virar na cozinha. A proposta é resgatar a dieta brasileira, simbolizada pelo famoso prato-feito ou ‘pê-efe’, e ensinar tudo o que é preciso saber para garantir comida de verdade na mesa”.

[...] gravou um programa de TV e uma série do YouTube em casa (até de pijama ela apareceu!), produziu muitas fotos, testou dezenas de receitas, respondeu a centenas de dúvidas nas redes sociais, enviou uma newsletter diária — e ainda escreveu este livro, um guia com tudo o que você precisa para se virar na cozinha. Tem dicas de higienização e lista de compras, além de receitas como arroz soltinho, feijão caseiro, o segredo da omelete, temperos para diferentes hortaliças, a fórmula da sopa de legumes, bolo de cenoura com cobertura de chocolate e dois tipos de brigadeiro (LOBO, 2020).

Os *youtubers* Luccas Neto, Bela Gil e Rita Lobo ganharam destaque nesta seção pois suas produções – que utilizam recursos de dramaturgia e audiovisual – produzem sentidos com potencial para interferir em processos simbólicos pertencentes à construção de identidade cultural e comportamento alimentar de seus seguidores, além de estimular o consumo de alimentos, roupas, livros, revistas, utensílios domésticos, produtos de higiene pessoal, brinquedos, painéis, eletrodomésticos etc.

2.4 ALIMENTAÇÃO E IDENTIDADE SOCIAL: A COZINHA MINEIRA DE DONA LUCINHA

A construção da identidade social e cultural de um povo é constante e dinâmica, mas tem origens bem fundamentadas, ou seja, valores que identificam esses povos, tais quais vestuário, arquitetura, relações e valores familiares, idioma, dialetos, alimentação, dentre outros aspectos. Assim, tomando como referência a alimentação, pode-se dizer, por exemplo, que os italianos privilegiam comer massa, os japoneses peixe cru, os americanos hambúrgueres, além de alimentos que especificam regiões. No Brasil, por exemplo, é comum considerar no senso

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

comum que os gaúchos privilegiam churrasco, enquanto os baianos comida condimentada – vatapá, acarajé etc. O processo de construção da identidade social e cultural vai proporcionar aos indivíduos um reconhecimento de si mesmos, diferenciando-os de outros pertencentes a outros grupos. Isso, em termos gerais, é ter uma identidade social e cultural.

Segundo Maciel (2005, p. 49), “[...] a alimentação humana como um ato social e cultural faz com que sejam produzidos diversos sistemas alimentares.”. E esses sistemas, ao se constituírem, são influenciados por fatores ecológicos, históricos, culturais, sociais e econômicos, o que gera representações e imaginários sociais, com suas escolhas e variações quanto à importância. Em uma determinada sociedade, por exemplo, pode ser mais importante todos sentarem à mesa para se alimentarem do que em outra. Os alimentos, então, são mais do que elementos constituídos de proteínas, carboidratos, lipídeos, vitaminas, sais minerais etc. Eles são sistemas simbólicos.

Dize-me o que comes e te direi qual deus adoras, sob qual latitude vives, de qual cultura nascestes e em qual grupo social te incluis. A leitura da cozinha é uma fabulosa viagem na consciência que as sociedades têm delas mesmas, na visão que elas têm de sua identidade (MACIEL, 2005, p. 50).

Antes da expansão da globalização por meio da internet, facilidade de locomoção, crescimento populacional no mundo, dentre outros fatores, os ingredientes das comidas típicas dos países eram muito restritos a esses países de origem. Era difícil encontrar, ou muito dispendioso para comprar, por exemplo, um condimento específico da China ou Mediterrâneo, ou ainda uma fruta do Nordeste e Norte brasileiros. Atualmente, não é difícil encontrar uma variedade considerável desses produtos regionais, disponíveis em inúmeros lugares do mundo. Com isso, também ficou muito mais fácil pessoas reproduzirem comidas de onde vieram – a partir do momento em que estão longe da terra natal – assim como pessoas que nunca saíram de onde nasceram conhecerem comidas típicas de lugares onde nunca estiveram. Mas, mesmo que a realidade atual permita esse trânsito cultural, as identidades permanecem também como uma espécie de marca, comercializada. Assim, as pessoas podem comer tutu com couve e carne de porco no Ceará (Nordeste do Brasil), mas esse prato continuará como um dos produtos típicos, representante da identidade mineira, de um estado do sudeste brasileiro.

Propondo um olhar sobre “alimentação regional” em diálogo com a mídia, a culinária mineira é recortada aqui. Para tanto, como referência será utilizado o livro *História da Arte da Cozinha Mineira*, assinado por Dona Lucinha (2000), tomado como exemplo por ser marca identitária, afinal a autora trata a culinária

do Sêro como construção cultural, dinâmica e diversa, além de utilizar narrativas dramáticas.

Maria Lúcia Clementino Nunes, mais conhecida como Dona Lucinha, nasceu no Sêro – MG, em 1932. Faleceu em 09 de abril de 2019, aos 86 anos, em Belo Horizonte – MG e foi uma das maiores referências da culinária mineira. Atuou de formas múltiplas: foi catequista, professora, salgadeira, doceira, feirante, quitandeira, diretora escolar e vereadora. Dona Lucinha coordenou as atividades profissionais com a criação de seus 11 filhos. Dedicou toda sua vida a compreender e preservar a cozinha mineira e escreveu o livro com auxílio de sua filha, Márcia Clementino Nunes, graduada em História, pela UFMG, em 1987.

Assim, que não se espere desta História da arte da cozinha mineira um tratado com ideias lógicas e impessoais. Espere-se, sim, a provocação de lembranças e saudades, o cheiro de café torrado e moído na hora, os sons de ferradura na calçada de pé de moleque. E talvez, quem sabe, algo mais do que a pura tradição possa fluir dessas páginas, pois a arte culinária, como qualquer outro fruto do conhecimento humano, é algo que se cria e recria continuamente, que segue pela história fazendo trocas com o tempo (NUNES, 2010, p. 15).

Dessa forma, em linguagem coloquial, Dona Lucinha relata suas memórias recheadas de emoção e mineiridade, com receitas contendo diversidade de ingredientes naturais, como mandioca, milho/fubá, cana, feijão, carnes e doces.

Farinha torrada: 1 quilo de fubá, 1 colher de sobremesa de urucum, 1 xícara das de chá de soro de queijo ou água, 1 colher de mesa de banha de porco. Borrifar o fubá com soro ou água, sovar com as mãos e reservar. Em uma panela, colocar a banha para esquentar juntamente com o urucum e acrescentar o fubá. Mexer sem parar, até torrar. Retirar do fogo e peneirar. Depois de fria, guardar a farinha em recipiente bem seco e tampado (NUNES, 2010, p. 73).

A rejeição ou aceitação de um determinado ingrediente/alimento porque o grupo aceita ou rejeita, como por exemplo banha de porco, não pode ser responsabilidade exclusiva de divulgação e de publicidade; por vezes, esses valores são criados por grupos definidos e são repassados às demais pessoas culturalmente, por meio da comunicação oral. Segundo Mattos (1991, p. 19), a conversa cotidiana existe para transformar relações entre as pessoas, conhecidas ou desconhecidas, familiares, clientes etc. Ela não acontece em vão e sustenta as relações interpessoais. Conclui-se, então, que pessoas podem repassar notícias prejudiciais à saúde humana, assim como podem repassar notícias que promovem

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

bem-estar físico e mental. Provavelmente farão isso se sentirem que estão, com tais atitudes, sendo valorizadas socialmente.

Dona Lucinha narra uma experiência que teve quando era professora primária em Minas Gerais, na região do Sêrro, em uma escola rural. Não há uma data relacionada ao evento, mas a protagonista da história, Dona Lucinha, nasceu em 1932. Então, podemos supor que o caso relatado por ela aconteceu em meados do século XX, próximo aos anos 1950, em uma região rural, sem recursos tecnológicos, sem televisão, luz elétrica etc.

[...] me casei, fui morar em fazenda e ser professora de escola rural. Eu ia e vinha da escola a cavalo. O caminho era de trilhas. Com o tempo, uma observação... Comecei a ver crianças deixando, vez ou outra, pequenos guardados no mato, antes de entrar para a sala; e procurá-los depois, nos intervalos do descanso. O que seria? Aos poucos fui descobrindo: eram bananas 'de vez' cozidas, pedaços de mandioca, nacos de rapadura, milho cozido. Mas essas crianças não faziam o mesmo quando podiam levar pedaços de bolo, biscoitos de goma, rosquinhas de leite. Estes eram comidos com gosto e exibição (NUNES, 2010, p. 26).

Dona Lucinha, a respeito da situação verificada acima, tomou a seguinte atitude:

A esse tempo, não havia merenda escolar. Então, me propus a fazer um trabalho que levasse para a mesa o que se estava escondendo no mato. Fizemos fartas e deliciosas merendas com cada um trazendo de casa o produto para o cardápio do dia. O dia da mandioca, do cará ou do mangarito com melado; da banana assada no borralho; do angu doce. E fomos juntos reaprendendo o gosto de comer o que plantamos e colhemos, a importância e a beleza dos alimentos que aprendemos, por herança, a fazer (NUNES, 2010, p. 27).

Com esse relato, percebe-se elementos teatrais como protagonismo alimentar: “o dia da mandioca”, o “dia do cará” etc., assim como a utilização de cenário – onde foi levado para a mesa o que se escondia no mato. Também merece destaque a valorização de identidade cultural e de valorização social realizada através de uma narrativa particular. Se anteriormente os alimentos considerados menos valorosos socialmente eram escondidos, aqueles que poderiam representar uma ascensão social eram exibidos. Também chama atenção o fato dessas crianças não terem, naquela época, acesso sequer à televisão e nem viverem no mundo capitalista atual. Porém, tinham contato com os filhos de fazendeiros que visitavam outros lugares e voltavam com as novidades e que tinham, em casa, mesas fartas

e variadas. Nesse caso, provavelmente venham desse contato os referenciais de valorização social.

Despertar a consciência crítica dos sujeitos por meio de atividades lúdicas que utilizam elementos da Dramaturgia e da Educação pode contribuir para construção de identidade alimentar coletiva e ilustrar sobre como hábitos alimentares podem ser instrumentos de posicionamento político.

O papel da educação alimentar e nutricional está vinculado à produção de informações que sirvam como subsídios para auxiliar a tomada de decisões dos indivíduos que outrora foram culpabilizados pela sua ignorância, sendo posteriormente vítimas da organização social capitalista, e se tornam agora providos de direitos e são convocados a ampliar o seu poder de escolha e decisão (SANTOS, 2005, p. 688).

Em outras palavras, por meio da comunicação, é possível circular sentidos que afetem potencialmente os sujeitos acerca da importância de valorizarmos os alimentos típicos e triviais de suas regiões e comunidades. Esses poderiam ser comunicados também como símbolo de suas identidades, como um elemento da cultura, com o papel ainda de proporcionar sensação de pertencimento e acolhimento. Portanto, produzir sentidos sobre alimentação é processo social cujo atravessamento, sobretudo por meio da dramaturgia audiovisual, importa compreender.

3. PRATOS PRINCIPAIS: DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Ao ouvir subitamente a palavra dramaturgia, a tendência associá-la à ação de encenar um texto fictício. São textos de teatro, cinema, histórias, textos dramáticos, cômicos, trágicos etc. Para nós, brasileiros, a telenovela é uma referência em termos de dramaturgia e dramatização:

A despeito de supostas ou eventuais crises do modelo, as telenovelas ainda são o gênero de maior sucesso na (tele) dramaturgia brasileira, tanto no que se refere ao alcance de público quanto em relação ao retorno financeiro obtido, especialmente pela Rede Globo de Televisão. As telenovelas brasileiras são exportadas para mais de 100 países e seriam responsáveis pelo que Straubhaar classifica como novo processo de colonização, em sentido inverso (COUTINHO, 2012, p. 111).

A dramaturgia, porém, não está presente apenas em textos fictícios, como roteiros de telenovelas, mas também em outras produções, como por exemplo os telejornais:

Apesar de um estranhamento inicial, o que pretendemos demonstrar por meio da análise de edições de dois telejornais que constituem objetos de nosso estudo empírico, Jornal Nacional (Rede Globo) e Jornal da Cultura (TV Cultura), é que a notícia nestes dois telejornais exibidos em rede nacional é estruturada como um drama cotidiano. No primeiro momento essa associação será evidenciada pela existência do conflito narrativo nas matérias veiculadas. Seria através desses conflitos, quase sempre evidenciados no texto dos apresentadores de cada programa, na chamada cabeça de locutor, que a(s) narrativa(s) do telejornal se organizaria(m) (COUTINHO, 2012, p. 114).

A dramaturgia, na esteira do desenvolvimento das mídias, a cada dia se torna mais presente em nosso cotidiano: são novelas, filmes, series, peças de teatro, *lives*, podcasts e diversos tipos de produções audiovisuais exibidas em diferentes palcos e telas. Nesse contexto, percebe-se a presença de elementos da dramaturgia também em programas de culinária, exibidos na TV e *internet*. Por conseguinte, neste capítulo será abordado o tema dramaturgia da alimentação e,

para tanto, ele será embasado no conceito apresentado por Iluska Coutinho em sua Tese de Doutorado *Dramaturgia do telejornalismo brasileiro* para explorar o universo dramático em alimentação. Sobre dramaturgia, a autora escreveu:

Na dramaturgia o desencadeamento das ações passaria, obrigatoriamente, pela compreensão e reconhecimento do enredo, também pelo público. Preparar dramaticamente alguma coisa é criar, no âmbito de uma peça, indicações através das quais o público passa, consciente ou inconscientemente, a acompanhar a evolução dos personagens. (PALLOTINI, 1988, p. 33). Obras de (tele)dramaturgia, seria possível identificar essa preparação nas telenovelas, quando o telespectador sabe de elementos que os personagens desconhecem. Por meio de uma espécie de visibilidade mágica permitida, o autor geraria uma situação de cumplicidade. Com o público (COUTINHO, 2012, p. 109).

Programas de culinária também buscam cumplicidade com o público. É o caso da materialidade audiovisual que será tomada como recorte para análise empírica no capítulo a seguir, produções que ensinam a cozinhar como as *lives* de Rita Lobo exibidas em seu *site* Panelinha e Canal GNT, em 2020.

Assim que a pandemia do coronavírus começou e as pessoas tiveram que encarar o isolamento social, pensei em ajudar quem trabalhava fora e não tinha a necessidade de se preocupar com a alimentação em casa. Eu queria levar as pessoas de volta para a cozinha. Muita gente tinha uma ajudante, que passou a não poder trabalhar também. Alguns compravam comidas congeladas. Outros comiam na rua. Durante o isolamento, ficou evidente que as pessoas estavam distantes da cozinha. Eu quis mostrar que dava para preparar as três principais refeições do dia sem sofrimento. Ensinei quem nem fritava um ovo a fazer um PF de respeito (LOBO, 2020).

A apresentadora-cozinheira ainda menciona os aparatos e recursos técnicos mobilizados em sua dramaturgia da alimentação:

Nunca trabalhei tanto! (risos). Em termos de produção, as *lives* e os vídeos foram feitos de forma amadora. No estúdio profissional, além de luz, cenário, equipamentos, tenho a minha equipe de cozinha – que testa, faz o ‘pré-preparo’ – a equipe de arte, que arruma o set, os câmeras. Em casa, somos eu, o Ilan e o Gabriel. Para fazer tudo! Não dá para comparar um vídeo caseiro com um produzido no estúdio, né? Mas o valor da qualidade do conteúdo ficou evidente e acho que é isso que importa (LOBO, 2020).

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Por outro lado, há produções que estimulam a busca de cumplicidade com o telespectador por meio de *reality shows* e de *reality shows* com temática alimentar, cujo vínculo se ancora na também competição. Torcidas são formadas e o público torna-se cúmplice ao escolher seu participante predileto. Vale ressaltar que muito conteúdo sobre culinária é exibido em canais fechados ou de *streaming*, mas nem todos os brasileiros têm acesso a essa modalidade de programação televisiva. De acordo com Feltrin (2020), em notícia publicada no site UOL, o Brasil ainda pode ser reconhecido como “país da TV aberta”, afinal são aproximadamente 25 milhões de lares sem *internet* e sem TV por assinatura.

É uma parte enorme da população que tem problemas muito mais urgentes que tuítes ou posts no Instagram. Desses 80 milhões sem internet e TV paga, 55 milhões estão situados socialmente abaixo da linha de pobreza. Ou seja, pessoas mais preocupadas em se alimentar e se manter vivas (e às suas famílias). A TV aberta é o único entretenimento dessas pessoas, que a acessam por meio de antenas digitais ou parabólicas (FELTRIN, 2020).

Nesse sentido, programas de gastronomia como o *Mestre do sabor*, exibido no canal aberto TV Globo, têm se popularizado. Nesse programa são utilizados alimentos frescos para cozinhar e realizar competitiva dramaturgia da alimentação, porém, contraditoriamente, as disputas são patrocinadas por indústrias de alimentos processados, ultraprocessados e refrigerantes – combatidos por profissionais que defendem a alimentação natural, considerada saudável. Na contramão do que propõe Rita Lobo, por exemplo, o *Mestre do sabor* e outros *realities* culinários evidenciam que sua dramaturgia não é direcionada para ensinar receitas ou (re)significar a alimentação dos telespectadores, sendo patrocinados por vários tipos de empresas:

A atração que estreia na quinta-feira, 10 de outubro, já conta com seis patrocinadores. As marcas Seara, Cacau Show, Diageo, Nissan, Santander, Uber Eats já confirmaram presença no novo reality show. Já Guaraná Antarctica garantiu o espaço de contagem regressiva. De olho no novo perfil de consumidores, o projeto nasce integrado com a TV aberta, TV fechada e internet. O episódio inédito vai ao ar na Globo às quintas-feiras e, no dia seguinte, uma versão repaginada e com extensão de conteúdo será veiculada no canal GNT. Já no hub gastronômico do GShow a atração ganha novas informações, experiências e serviços exclusivos (FERNÁNDEZ, 2019).

Em função da pandemia da covid-19, em 2020 houve um crescente e inevitável aumento de elementos da dramaturgia e mesmo dos recursos de

dramatização em narrativas não fictícias, presentes nas mais diversas telas. Foi possível ver âncoras apresentando telejornais com voz embargada, respiração profunda e entonação grave, com forte carga dramática. Também se observou, em situações idênticas, iluminação esmaecida e outros recursos cênicos compatíveis com sofrimento relacionado à dor e à morte anunciadas. Quanto ao som, tornou-se comum telejornais encerrados sem nenhuma trilha ou vinheta característica, recurso utilizado com intenção de homenagear mortos pela covid-19. Ouviu-se, quase diariamente no Jornal Nacional – TV Globo, um silêncio programado, simbolizando pedidos de socorro. Aliás, o silêncio também faz parte da trilha sonora em dramaturgia, afinal trilha sonora não se restringe à música. Trilha sonora seria, nesse sentido, todo e qualquer som – e/ou ausência de dele – que ajuda a representar uma (não)ação, pertence a uma dramatização.

Imagine a seguinte situação: cena de um filme brasileiro onde é retratada a seca nordestina num ambiente desidratado, empoeirado, sujo, com pessoas e animais magérrimos. Provavelmente, durante a exibição de cena como essa, o silêncio carregue mais emoção que uma música. Isso porque, neste caso específico, o silêncio pode traduzir e se fazer soar como um soco e um vazio no estômago, denunciando um oco provocado por fome, miséria e vários tipos de ausência. Essa cena hipotética pode ser utilizada como referência para a representação da ausência de recursos essenciais para a saúde, como saneamento básico e ausência de atenção por parte dos governantes daquele local.

Assim como o silêncio, a música dá voz e ecoa vários sentidos. Música é ingrediente importante em dramaturgia e em audiovisual, pois tem poder de temperar e fermentar emoções. Nesse sentido, será aberto, a seguir, um breve espaço para tratar de alguns elementos dramáticos relevantes para melhor entendimento do que é a dramaturgia da alimentação.

3.1 MOLHOS: MÚSICA, EXPRESSÃO CORPORAL E FIGURINO

A música influencia as reações físicas e emocionais dos seres humanos. A partir do momento em que a pessoa nasce, imediatamente começa a conviver com elementos musicais, como ritmos, timbres e tonalidade das vozes dos pais, por exemplo. São as canções de ninar, as canções infantis, as canções familiares e as canções que frequentam o repertório e *playlists* de quem cuida delas. Há vários estudos que se concentram em compreender os efeitos desencadeados pela música nos seres humanos. A seguir, são apresentadas algumas teorias e abordagens acerca desse tema.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

- A Teoria do Modelo Médico: também chamada de “Teoria do Tálamo” ou “Teoria Cannon-Bard de emoção” (RUUD, 1990, p. 29), afirma que o tálamo filtra os impulsos que chegam ao cérebro e excitam a emoção, sendo ele o local onde a qualidade – boa ou ruim – da experiência emocional é acrescentada. Do tálamo, os impulsos vão para o córtex, lugar onde os aspectos intelectuais se integram à experiência. A partir desse ponto, os impulsos percorrem os músculos e vísceras. Ruud (1990) acredita que essa teoria é importante porque considera que “...o tálamo tem capacidade de ser atingido pela música antes de outros centros cerebrais.” (RUUD, 1990, p. 29). As teorias e pesquisas do modelo médico receberam críticas de estudiosos das áreas da antropologia, sociologia, psicologia, das ciências sociais em geral e de algumas ciências médicas devido ao fato de não considerar o contexto social, cultural e histórico dos indivíduos. Nesse século XXI, com a evolução da tecnologia em exames não invasivos, a neurociência estuda, através de imagens e sons, as interferências de estímulos musicais no cérebro humano, assim como as consequências somáticas dessas interferências.
- Teoria Psicanalítica: a música tem propriedades que a distinguem da linguagem falada e pode expressar conteúdo inconsciente. Montani (FARNSWORTH, 1969, apud RUUD, 1990) acredita que alguns acordes e ritmos podem estimular reações alegres, enquanto outros podem acarretar reações tristes. A obra de arte, para a Psicanálise, é fruto de desejos e impulsos inconscientes. Quando indivíduos não podem ou não conseguem expor seus desejos e impulsos da forma como são, podem transformá-los em obra de arte. Se isso acontece, pode-se considerar que seja sublimação, afinal esse é o processo psíquico que permite que pessoas transformem seus desejos e impulsos em diferente coisa manifesta. Outra forma de entender uma origem intrapsíquica da música é perceber como os ritmos, a repetição de sons musicais e a altura da música podem ser catárticos, ou seja, podem ser instrumentos de catarse, promovendo uma descarga emocional e energética – emoção e energia psíquicas e física. Exemplos: crises incontroláveis de choro ou de riso. Músicas podem se transformar em algo que sirva como defesa ou como auxiliar na elaboração de conflitos e desejos a partir do momento em que algumas delas fazem parte da história e memória afetiva das pessoas; quando uma determinada música toca, pode suscitar a lembrança de uma situação específica que a pessoa vivenciou, independentemente do tempo que se tenha passado. De qualquer forma, a função da música, para os psicanalistas, é de ser algo que auxilia ou promove uma elaboração de conflitos individuais.

- Teoria Comportamental: independentemente da música em si, pesquisas comportamentais que envolvem sons sempre envolvem também vários aspectos como temperatura, condições de iluminação, cultura, ou seja, todo o contexto em que a pessoa estiver inserida. Nesse sentido, pesquisas comportamentais são excelentes fontes para escolha de músicas que pretendem atingir determinados grupos específicos e/ou público-alvo.
- Musicoterapia: a música funciona como forma de comunicação. Em muitos casos, percebeu-se que o cliente expunha mais seus conflitos na elaboração de uma música do que na fala. Com isso o cliente – assim é denominada a pessoa que se encontra em tratamento musicoterapêutico – utiliza a música como um meio de comunicação para falar e expressar sobre si mesmo. A música é uma linguagem não verbal e para os musicoterapeutas, ela pode alcançar regiões psíquicas que, por várias razões, as pessoas não comunicam nem a si mesmas. Então, as manifestações não verbais são amplamente significativas nesses casos: ao ouvir uma música, os clientes podem chorar, rir, encolher os ombros, estender os braços, ficar com as pernas encolhidas, dançar ou ficar em silêncio total. Seja qual for a reação, ela contará alguma coisa sobre a pessoa.
- Música e Educação: a música pode ensinar vários conteúdos de forma lúdica. Com ela, valores e tradições de uma sociedade podem ser repassados e o contexto sócio cultural pode ser apreendido por um número significativo de pessoas. Também podem ser repassados conteúdos específicos, tais como idiomas, características de objetos, componentes nutritivos de alimentos etc.

Como visto, a música desempenha papéis simbólicos e, na dramaturgia, atua como uma espécie de andaime emocional, pois tem poder de levar, elevar e transportar sentimentos a lugares inusitados, situados em cada um dos indivíduos.

Etimologicamente, música significa a arte das musas. Na gênese da palavra musa, encontra-se uma raiz indo-europeia, na qual se fundem conceitos ancestrais de exultação, alegria, memória e pensamento. Assim, podemos sugerir que música pode estar relacionada, em suas origens, a uma espécie de arte das sensações e ou emoções. No entanto a música de cena apresenta uma distinção epistemológica básica com relação a música no sentido geral. Uma composição musical normalmente se basta como obra estética em si, enquanto que a música de cena apresenta como princípio de produção de sentido o diálogo com outras instâncias visuais e sonoras presentes na cena (LIGNELLI, 2015, p. 142).

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Expressão corporal e facial também são elementos importantes em dramaturgia, pois assim como a música, muito comunicam sem utilizar a linguagem. Textos telejornalísticos, apesar de comumente imparciais, fornecem subsídios para que apresentadores e repórteres demonstrem, por meio de suas expressões faciais, aprovação ou reprovação – por exemplo – de fatos pertencentes aos conteúdos noticiados.

Os apresentadores possuem um papel fundamental na construção da emoção como eixo articulador de sentidos. São os primeiros e os últimos sujeitos que vemos no fluxo do telejornal, tornando-se figuras centrais da fidelização do público ao programa (HAGEN, 2009). Na cabeça, são encarregados de apresentar a reportagem; e na nota-pé são responsáveis por disponibilizar informações complementares ou adicionais sobre o assunto. Porém, exercem funções que ultrapassam o valor informativo do jornalismo. Em meio ao fluxo de informações, são uma constante na transmissão do noticiário: podemos vê-los todos os dias, olhando nos nossos olhos. Ao fazer saber, também fazem sentir. Suas expressões faciais são tão evidentes que a dimensão verbal do discurso torna-se complementar na construção de sentidos. Eles introduzem ou indicam, reforçam ou pontuam as emoções construídas discursivamente no corpo da reportagem (GADRET, 2017, p. 8).

Quanto ao figurino, percebe-se mudanças no decorrer dos tempos: o vestuário, em telejornais, não apenas pode dar credibilidade ao que se noticia como também se faz importante para dar identidade aos repórteres e apresentadores. Alguns, com seus estilos peculiares, chegam a lançar moda.

Nos últimos anos, houve uma flexibilização das regras por parte principalmente da Rede Globo, muito voltada ao vestuário feminino: as repórteres e apresentadoras começaram a utilizar roupas mais chamativas no vídeo. Cores fortes deixaram de ser proibidas em roupas, unhas, acessórios. Com a TV Digital e o sinal em alta definição, a resolução da imagem ficou muito melhor e isso influenciou, também, no figurino, maquiagem e cabelo dos profissionais. Hoje é possível assistir a apresentadores jovens de programas como o programa “G1 em 1 Minuto”, programa jornalístico para *internet*, usando *piercing* e tatuagem. Ainda, ver a apresentadora do Fantástico fugindo da roupa padrão das apresentadoras e usando peças na moda, saias com brilho, cores fortes, peças nude, por exemplo (PEREIRA, 2018, p. 3).

Outro exemplo disso é o repórter Cauê Fabiano, que usava camisetas irreverentes para trabalhar na Globo e as divulgava em seu perfil no Instagram.

3.2 COZINHA: O PALCO DA DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Produções que tratam de temas alimentares e/ou têm a comida figurando em cena são, em sua maioria, ambientadas em cozinhas caseiras, cozinhas de bares, cozinhas profissionais e se encontram em evidência: têm papel de destaque em novelas, *reality shows*, séries e não estritamente em programas que ensinam receitas. Novelas globais como *Chocolate com pimenta* (2003) e *A dona do pedaço* (2019) mostravam a cozinha como cenário principal para realização da dramaturgia relacionada à alimentação.

De acordo com o site Observatório da TV,⁴ a telenovela *O Clone*, da Globo, foi sucesso absoluto em 2001. A personagem Dona Jura, interpretada pela atriz Solange Couto, era proprietária de um bar e naquele espaço preparava um pastel que deixava os telespectadores salivando, e que chegou a integrar, junto ao bordão da personagem, letra de música do grupo Molejo. Durante *América*, em 2005, um tutu de feijão – Tutu do Gomes – preparado por Graça, papel da atriz Regina Maria Dourado, era uma atração no bairro, sendo que o nome Gomes era homenagem ao marido da cozinheira, um ex-policia aposentado. Dona Janice, de Dhu Moraes, em *Morde & Assopra* – trama de 2010 – era proprietária de um hotel e seus clientes adoravam as comidas preparadas por ela. Segundo os personagens, era sensacional o pudim de leite, assim como a broa de milho. Em *O sétimo guardião* (2018), Dona Firmina, interpretada pela atriz Guida Vianna, provocava suspiros com seus pratos simples e refinados, feitos para serem servidos no restaurante de Tobias (Roberto Birindelli). Em *Fina estampa* (2011), também havia pratos refinados no Restaurante *Le Vermont*, comandado pelo chef Renê, personagem de Dalton Vigh. Na trama, forçado a fechar este restaurante, inaugurou outro com cardápio especializado em comida nacional: o Brasileiríssimo. Em *Segundo Sol* (2018), as marmitas da Dona Nice, interpretada pela atriz Kelzy Ecard, também conquistaram o paladar dos personagens. A partir do sucesso conquistado na trama, a personagem foi convidada para trabalhar em um restaurante, contracenando na trama de ficção com a apresentadora Ana Maria Braga.

No campo dos programas de variedades, a cozinha é cenário principal do programa de Ana Maria Braga, o *Mais Você* (TV Globo). Segundo o site do programa,⁵ na edição de 27 de março de 2019, a apresentadora visitou a fábrica de cenários dos estúdios Globo, mostrando também comida cenográfica. O vídeo pode ser assistido no site do *Mais Você*, integrando sua memória audiovisual e digital.

4 Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/relembre-as-personagens-de-novelas-que-preparavam-pratos-deliciosos-como-maria-da-paz-em-a-dona-do-pedaco>. Acesso em: 13 jan. 2021.

5 Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/mais-voce/noticia/conheca-o-segredo-por-tras-das-comidas-das-novelas.ghtml>. Acesso em: 13 jan. 2021.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Em função da digitalização – que melhora a qualidade das imagens a cada dia – cenários são projetados e construídos em ricos detalhes, para que possam cada vez mais se aproximar da realidade, levando novas experiências sensoriais aos telespectadores. Considerando o foco do trabalho, destacamos as comidas cenográficas – que são confeccionadas com materiais não comestíveis, com intuito de figurar nos cenários e provocar diversas sensações em quem as vê.

Cozinhas e seus utensílios marcam presença nas telas, onde vários tipos de cenas podem se desenrolar em muitos gêneros narrativos: drama, comédia etc. Caracterizadas e ornamentadas de acordo com a demanda dos roteiros, público-alvo, horário de exibição e de acordo com a identidade dos núcleos de criação e/ou personalidade de apresentadores, essas produções audiovisuais possuem toda uma equipe de profissionais que se dedica especificamente a elas. Para além da oferta de telenovelas, em que estamos habituados a assistir a vários tipos de cenas se desenrolando em cozinhas, as cozinhas de outros programas disponíveis nas grades das emissoras de TV possuem arsenal culinário que as valoriza, como objetos cênicos – iluminação, trilha sonora adequada, figurino etc. – pensados e criados para favorecer a interpretação e atuação de atores e/ou competidores, ou seja, favorecer o que aqui denominamos dramaturgia da alimentação. Citamos como exemplo as cozinhas, lanchonetes e cantinas construídas para funcionar como cenários de academias e escolas da série adolescente *Malhação*; no seriado, o tipo de alimento consumido pelos personagens, assim como o estilo da locação, é compatível com as necessidades do tema da temporada em exibição.

Das telas de TV para os ambientes no mundo cotidiano, *Malhação* inspirou a arquitetura e construção de lanchonetes de escola. Esse é o caso do ambiente de alimentação do Colégio Equipe, situado no Bairro São Mateus, Juiz de Fora - MG. Em visita à Escola, em 2005, o proprietário mostrou a cantina, narrando que ela havia sido construída nos moldes da série adolescente.

Sobre a temática da alimentação em alguns *reality shows*, é possível perceber uma espécie de transfiguração de comida em arma, onde quem tem melhor pontaria sobrevive. O alimento, nesse sentido, deixa de representar comunhão, tornando-se instrumento que segrega. Como no roteiro dramático de um filme de faroeste, alguns competidores se revelam mocinhos e outros bandidos, atirando contra concorrentes e duelando para conquistar algum tipo de poder. Nesse caso, as cozinhas têm sido exploradas não somente como cenário, mas também como uma espécie de ringue, onde lutas são travadas na presença de mediadores/juízes. De acordo com matéria publicada no site UOL,⁶ desde a década de 1970 estão no ar os *reality shows* americanos, que possuem diferentes regras,

6 Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/878723-almanaque-reune-informacoes-de-todos-os-reality-shows-do-brasil.shtml>. Acesso: 22 dez. 2020.

formatos e temas. Foi em 1973 que se deu o início a esse tipo de programação, quando uma família expôs seus conflitos na série *An american Family* ou seja, *Uma família americana*, exibida pelo Canal PBS. O público acompanhou o drama familiar: a descoberta da homossexualidade de um dos filhos e um divórcio. A moda espalhou-se por vários países. No Brasil, o primeiro *reality* a ir ao ar foi *No limite*, exibido em 2000 pela TV Globo. Nesse modelo de narrativa televisiva há regras a seguir, mas como o próprio nome diz, o estilo dessa representação audiovisual dramática é oferecer ao público um *show* de realidade. Há várias categorias nas quais pessoas comuns atuam, tornando-se, com o decorrer do tempo, celebridades televisivas e/ou midiáticas. Há, assim, *reality shows* de sobrevivência, disputa de talentos, confinamentos, disputas culinárias etc.

Independentemente do poder aquisitivo dos telespectadores, esse gênero audiovisual presente nas programações televisivas auxilia a TV a não ser esquecida ou trocada por outras telas.

[...] é preciso encontrar lugar na vida privada e rotineira dos telespectadores, é necessário se aproximar do público, criar laços, estabelecer uma relação íntima e cotidiana para garantir audiência e realizar-se como sistema de comunicação. Essa é uma exigência própria do sistema, uma necessidade que o caracteriza e configura enquanto meio. Nesse contexto, são inúmeras as estratégias de aproximação criadas pela televisão. Se, em certa etapa de seu desenvolvimento, ela procurou reproduzir mimeticamente o cotidiano vivenciado pelo público, agora vai além, quer trazê-lo para dentro da máquina, para o interior da programação como marca de veracidade. Trata-se de uma estratégia na qual o referente, o mundo sensível e real, o mundo vivido se tornam o grande protagonista da TV, ele é o personagem principal e estrutura essa forma de televisão que tem sido denominada como reality TV, a TV realidade (ROCHA, 2009, p. 02).

Na dramaturgia das cozinhas de TV, há o aumento de *realities* de competições culinárias nas grades de programação de inúmeros canais abertos e fechados. Cozinhas são instaladas em belos cenários arquitetados para serem funcionais, com eletrodomésticos ultramodernos e com espaços ambientados como mercados, onde vários tipos de alimentos, ingredientes, temperos e utensílios podem ser utilizados pelos participantes.

Tais *reality shows* culinários funcionam como uma espécie de Coliseu, onde a disputa por poder, no campo da alimentação, se apresenta em jogos por vezes vorazes, com preparações de vários tipos de pratos que materializam, em forma de comida, diversas culturas nacionais e internacionais. Encarnando um certo tom ou perfil gladiador, os participantes têm a sua disposição um figurino elegante que varia entre tocas, aventais e dólãs – traje de *chef* – e assim cozinheiros(as) se enfrentam

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

e são avaliados quanto à criatividade, desempenho, rapidez e habilidades dos mais diversos tipos. Os jurados de *reality shows* de gastronomia são majoritariamente homens. Estamos habituados a ver em cena, como protagonistas da dramaturgia das cozinhas de TV, o estereótipo de *chef* mal-humorado protagonizando cenas ríspidas, por vezes violentas, marcas audiovisuais da atuação, por exemplo do britânico Gordon Ramsay, um *chef* celebridade.

De acordo com matéria publicada no *site* de O Globo no dia 18 de maio de 2018, Gordon Ramsay, protagonista dos *reality shows* *Hell's Kitchen* e *Kitchen nightmares* parece não ter alcançado o que encenou e ensinou. Em *Kitchen nightmares*, visitava restaurantes à beira da falência e, com postura agressiva, entre gritos e muita briga, mostrava aos proprietários como reerguer um negócio aparentemente falido. Por agir assim, levou muitos aprendizes e concorrentes de seus programas televisivos às lágrimas e se tornou símbolo de agressividade, encarnando personagem que atuava como malvado, ou seja, um *chef mau*. Segundo a mesma matéria de o chef celebridade “[...] amargou um prejuízo de £ 3,8 milhões (cerca de US\$ 5 milhões) no resultado em doze meses, até agosto de 2017. No ano anterior, o ganho tinha sido de £102 mil (cerca de US\$ 140 mil)” (O GLOBO, 2018).

No Brasil, o *reality Big Brother Brasil - BBB* - faz estrondoso sucesso e, apesar de não ser um *reality* culinário, frequentemente tem a cozinha como cenário de dramas e disputas de poder. Nesse espaço ocorrem diálogos ríspidos, onde a questão da comida, ou sua falta e privação, acaba exaltando ainda mais os ânimos dos confinados, gerando muitas desavenças, tal como ocorre também na vida real.

O *reality show* culinário e franquia *MasterChef* também faz parte dos preferidos no Brasil. Há estudos que buscam investigar sobre os motivos do sucesso de audiência, em termos midiáticos e semióticos; a compreensão de tal fenômeno ancora-se na percepção de que a cozinha, além de cenário, é também palco onde a dramaturgia e a disputa por poder influenciam na construção e legitimação de diversos comportamentos e processos sociais. Segundo Marquioni, uma das chaves para o sucesso da franquia está no aspecto emocional. Exibido em rede de TV aberta, o *reality show* alavancou a audiência da TV Bandeirantes. Como aparente resposta ou reação, no dia 5 de junho de 2019, uma matéria no *site* de O Globo anunciava a estreia do *Mestre do sabor*, *reality show* de gastronomia exibido em TV aberta e fechada com conteúdos exclusivos na *internet*. Parceria criada pela TV Globo e pelo canal GNT, o programa multiplataforma foi concebido por José Bonifácio Brasil de Oliveira, o Boninho, diretor de Gênero e Variedades da emissora, e pelo chef francês Claude Troisgros. Ainda segundo o site, essa seria a primeira vez que o grupo faria um projeto que, desde o início, integraria suas unidades e o anunciante também se beneficiaria dessa integração, pois cada cota daria direito a inserções em todas as plataformas.

No dia 16 de outubro de 2019, com a estreia do *reality* já ocorrida, o site O Globo foi espaço para repercussão, com a inserção de declarações de seus personagens: Claude Troisgros analisa estreia do *Mestre do Sabor* e adianta: "Competição será mais acirrada". Os aspectos emocionais, em tom de drama, surgem na transcrição de comentários do assistente Batista sobre os concorrentes: "Eu sofro muito quando vão embora"; o *chef* Claude acrescenta que "sempre dói um pouco no nosso coração".

A receita de sucesso para um *reality show* culinário é complexa: necessita, além de alimentos e temperos, de generosas porções de drama, comédia, competição, agressividade, descontração, publicidade, propaganda, integrações multiplataformas, assim como jurados experientes, belas apresentadoras e concorrentes dispostos a disputar várias modalidades de poder simbólico. Tudo isso, de preferência, num amplo cenário onde iluminação, trilha sonora, figurino e inúmeros adereços enriqueçam sensações e encenações realizadas num palco que tradicionalmente identificamos como cozinha.

As disputas de poder certamente estão em toda parte. Nesse capítulo, o foco está direcionado para apontar algumas situações em que a dramaturgia, ligada à alimentação, faz-se presente. É importante verificar como disputas de poder simbólico, travestidas de entretenimento ligado a culinária, têm se realizado nas telas. Não somente em *reality shows*, mas também em ambientes de trabalho e/ou domiciliar, é possível vivenciarmos algum tipo de concorrência, como por exemplo disputa sobre quem prepara o melhor café, a melhor refeição ou a melhor sobremesa. Membros de algumas famílias, porque cozinham bem, conquistam respeito e se tornam referência entre parentes e amigos. Nesse sentido, receitas podem deixar de ser ensinadas até mesmo para membros de uma mesma família. Algum ingrediente, tempero ou toque especial pode ser omitido com intuito de não se perder determinada posição de destaque no *podium* familiar. Esse "segredo culinário" pode ser garantia de protagonismo na dramaturgia das cozinhas domésticas, assim como garantia de manutenção de poder. Nesse sentido, para Castells:

O poder é a capacidade relacional que permite a um ator social influenciar assimetricamente as decisões de outro(s) ator(es) social(is) de formas que favoreçam a vontade, os interesses e os valores do ator que detém o poder. O poder é exercido por meio de coerção (ou possibilidade de coerção) e/ou pela construção de significado com base em discursos por meio dos quais os atores sociais orientam suas ações. As relações de poder são marcadas pela dominação, que é o poder entranhado nas instituições da sociedade. (...) Assimetricamente significa que, embora a influência em uma relação seja sempre recíproca, nas relações de poder há sempre um grau maior de influência por parte de um ator sobre o outro (CASTELLS, 2015, p. 57).

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

A cozinha, habitualmente, é o cenário preferido por muitos em uma casa, pois além de ser local adequado para preparo de alimentos, é onde muito se conversa, confessa, discute e disputa. A cozinha costuma funcionar como espécie de “ponto de encontro” de sensações. Em uma analogia, pode-se dizer que em uma cozinha compartilha-se emoções, é o cenário onde afetos e desafetos são fracionados, processados, conservados, congelados, postos em banho-maria, aquecidos ou esquecidos, deixados para estragar ou descartados. Acompanhar uma receita, modificá-la e/ou inová-la muito pode revelar sobre quem cozinha, sobre sua personalidade, sobre seu estilo para realizar a dramaturgia alimentar e sua relação com o poder.

3.3 GASTRONOMIA COMO INGREDIENTE DE COMUNICAÇÃO E AUDIOVISUAL

De acordo com (JACOB, 2010), 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, 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 sobre culinária e gastronomia. Na esteira dessas transformações, refletimos sobre como a temática alimentar foi e está sendo tratada em diversas telas.

Em busca de experienciar novas sensações e conhecer chefs com diferentes estilos de cozinhar e de diferentes personalidades, pessoas viajam por todo o mundo para conhecer restaurantes, padarias, bistrôs e lojas de doces que se tornaram famosas pela mídia. Vão em direção a uma gastronomia que as surpreenda, defina e (re)signifique identidades e culturas. Por outro lado, da mesma forma que o hábito de ler transporta as pessoas a vários lugares sem que elas saiam de onde estão, assistir a audiovisuais que tratam de turismo gastronômico as conduz a viagens inusitadas que alimentam a dramaturgia imaginária, onde um portal de sensações pode ser aberto. E assim, é possível se deparar com diversos cenários, diversas locações onde a dramaturgia da alimentação se realiza, com imagens de diferentes locais e pessoas que lá vivem.

Na crença de que a alimentação na tela proporciona experiências audiovisuais que podem ser relacionadas ao ato de visitar e conhecer lugares, é apresentado aqui um breve panorama sobre programas em que apresentadores e apresentadoras comunicam, por meio de sua dramaturgia, não somente gastronomia, mas também identidades culturais de diversos locais do planeta. Alguns parecem encarnar personagens, que diante das câmeras, de recortes e enquadramentos, tornaram-

se e tornam-se típicos anfitriões, estrelando um *show* que possibilita ver o que provavelmente, na ausência de suas lentes, ninguém conheceria ou perceberia.

3.3.1 JULIA CHILD: A DAMA DA GASTRONOMIA FRANCESA NA AMÉRICA

Julia Carolyn MacWilliams (Pasadena, 15 de agosto de 1912 – Santa Bárbara, 13 de agosto de 2004) inspirou milhares de telespectadores a trilharem um caminho mais saudável, abrindo menos latas e cozinhando mais, ou seja, incentivou americanos a comerem menos alimentos processados e mais alimentos naturais, obtendo mais qualidade alimentar. Concentrada e focada no ensino da culinária francesa para americanos, Julia Child certa vez declarou, para o *The New York Times*, que “uma refeição de ostras, um exclusivo meuniere e um bom vinho são uma abertura da alma e do espírito.” Em Paris, Julia desafiou um universo reconhecidamente masculino e fez parte do renomado *Cordon Bleu*. Entrou no restrito Clube de Mulheres Cozinheiras e escreveu, em parceria com Simone Beck e Luïsette Berthole, o *best seller Culinária Francesa para Americanos*.

Na TV, estreou em 1963, no canal WGBH, tendo ensinado receitas por aproximadamente dez anos. De acordo com o site do *Cordon Bleu*,⁷ Julia Child permanece inspirando novos cozinheiros: a californiana deu um novo sentido à sua vida ao estudar no Le Cordon Bleu, de Paris. Em 1951, conquistou o *Diplôme de Cuisine* e se tornou um ícone da gastronomia, como apresentadora de TV e escritora de diversos livros. Em 2009, Meryl Streep, no filme *Julie & Julia* interpretou Julia Child, o que tornou possível o trabalho de Child ficar ainda mais conhecido.

Julia não tinha ideia do que fazer para passar o tempo quando chegou a França em 1948, acompanhada de seu marido diplomata. Na época, as mulheres eram discriminadas até mesmo na cozinha, sendo consideradas aptas apenas para “pilotar” os fogões domésticos, mas não os profissionais.

A marca dramática de Julia Child era peculiar: bradava seu clássico *Bon Appétit* e sua didática soava informal. De acordo com o site Tribuna do Norte,⁸ sua voz era semelhante a vozes de personagens de desenhos animados, o que divertia seu público. Julia começou a apresentar o programa *The French Chef* (A chef francesa), nos EUA, em 1963, e conquistou a audiência mostrando que todos podem cozinhar, até mesmo os que se consideram inaptos. A brasileira Rita Lobo, em seus programas culinários veiculados no site Panelinha, em seu Canal no YouTube e no Canal GNT, tem objetivo semelhante.

Tudo o que aprendeu no Le Cordon Bleu, assim como toda sua experiência profissional, Julia passou para seu público por meio de programas de TV e livros, popularizando a culinária francesa. A famosa Chef se aposentou na Califórnia em

7 Disponível em: <https://www.cordonbleu.edu/news/julia-child-inspira-novos-cozinheiros/pt-br>. Acesso em: 27 abr. 2020.

8 Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/um-amor-de-cozinha/>. Acesso: 27 abr. 2020.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

2001 e morreu em 2004. Em 2012, a ex-aluna do Le Cordon Bleu completaria 100 anos e recebeu homenagens de *chefs* do mundo inteiro. Durante sua trajetória culinária, lançou 20 livros. Em 1981, cofundou o Instituto Americano do Vinho e Comida (AIWF), uma organização sem fins lucrativos dedicada a promover a compreensão e apreciação da gastronomia.

3.3.2 ANTHONY BOURDAIN: UM VIAJANTE E BOM VIVANT

Vários apresentadores possuem o dom de fazer com que aprendamos uma (tele)geografia marinada em comédia, drama e até mesmo terror. Dentre esses apresentadores, destacamos Anthony Bourdain – que nas telas oferecia uma dramaturgia da alimentação característica. Em seu livro *Cozinha Confidencial*, ele escreveu:

Eu não tinha, ainda, nenhum plano de cozinhar por profissão. Mas muitas vezes olho para trás, em busca daquela encruzilhada na estrada, tentando descobrir onde foi, exatamente, que enveredei pelo mau caminho e me tornei um fissurado das emoções, um sensualista faminto de prazer, sempre tentando chocar, divertir, aterrorizar e manipular, tentando preencher aquele vazio da alma com alguma coisa nova (BOURDAIN, 2002, p. 42).

Anthony Bourdain entrava em cena como uma espécie de personagem *bom vivant* e, talvez para chocar – conforme ele mesmo declarou – não demonstrava preocupação com a própria saúde: bebia e fumava enquanto entrevistava e comia uma diversidade de pratos inusitados em vários cantos do planeta. Ele fazia da alimentação ferramenta para teletransportar seus telespectadores.

O *Chef*, apresentador de TV e escritor, Anthony Bourdain nasceu em Nova York e se formou no *Culinary Institute of America*. Trabalhou em cozinhas de restaurantes consagrados e ficou mais conhecido ao publicar o livro *Kitchen Confidential: Adventures in the Culinary Underbelly*, no ano 2000. Em 2002, iniciou suas atividades em TV, apresentando programas que mixavam culinária e viagens pelo mundo. Segundo matéria do *site* History,⁹ Bourdain tinha personalidade rebelde e era amante de boa vida; foi usuário de drogas e em 2017 deu início ao seu relacionamento com a atriz italiana Asia Argento, que conheceu durante gravação de um de seus programas, em Roma.

Era considerado um dos cozinheiros mais influentes do mundo, que mostrava nas telas de TV a gastronomia dos inúmeros lugares que visitou. Entre doses de comédia e drama entrevistava *chefs* de renome mundial, assim como fazia com moradores de tribos e pessoas que cozinham para a própria família. Anthony

9 Disponível em: <https://history.uol.com.br/hoje-na-historia/chef-anthony-bourdain-morre-aos-61-anos>. Acesso em: 29 abr. 2020.

Bourdain também mostrava aos telespectadores, por meio da comida, forma de preparo e relações interpessoais e hierárquicas, presentes em diferentes culturas, diversas faces de poder simbólico existente no campo da alimentação. E assim visitava restaurantes refinados e seus respectivos *chefs* famosos da mesma forma como se deliciava ao exibir e degustar comidas típicas em mercados populares e/ou comidas comercializadas nas ruas de diversos países.

Anthony Bourdain morreu em 8 de junho de 2018, aos 61 anos; ele foi encontrado morto por um amigo em um quarto de hotel em Estrasburgo, no Leste da França. De acordo com o canal de TV CNN, a causa da morte foi suicídio. Bourdain estava na França trabalhando em um novo episódio de seu programa na CNN, *Parts unknown*, em que viajava pelo mundo explorando, como de costume, diferentes culturas culinárias. A série ganhou cinco prêmios Emmy.

3.3.3 JAMIE OLIVER: O EMBAIXADOR INGLÊS DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

A dramaturgia do *chef* Jamie Oliver orbita em torno da promoção da comida natural que utiliza ingredientes frescos, por esse motivo é considerado um grande embaixador da alimentação saudável. Oliver esteve à frente de um seriado, o *Food Revolution*, entre 2010 e 2011, em que ajudava a transformar a merenda de escolas nos EUA em lanches mais nutritivos. Hoje, a *Food Revolution* é uma campanha global de incentivo à alimentação saudável. Jamie Oliver, assim como outros chefs e apresentadores citados nesse trabalho, utiliza diversos meios de comunicação como vitrine e cenário para desenvolver sua dramaturgia alimentar.

Jamie é *chef* de cozinha famoso da mídia britânica, iniciou carreira no campo da alimentação aos 8 anos, num *pub* de seus pais. Segundo o site Fotografia,¹⁰ do grupo Folha, a obra social que patrocina, a Jamie Oliver Food Foundation, e o *Food Revolution Day* (Dia Anual da Revolução Alimentar) têm por objetivo melhorar a qualidade de vida de muitas pessoas em todo o mundo mediante uma melhor educação alimentar. Segundo o mesmo *site*, após cozinhar nesse *pub* de sua família – o *Cricketers*, em Clavering, no Essex – Jamie terminou os estudos e iniciou carreira profissional como *chef*, o que o levou até ao River Café, onde foi descoberto por empresa produtora de televisão. Assim nascia seu primeiro programa que o tornou astro de TV: *The Naked Chef*. Ao longo de 20 anos, Jamie construiu verdadeiro império gastronômico. Dedicou-se a promover campanhas televisivas sobre alimentação que valorizavam e valorizam alimentos frescos e naturais e, para tanto, utilizou/utiliza uma dramaturgia direcionada à educação alimentar e nutricional que garante milhares de fãs/seguidores mundo afora. Seu cenário variou – e varia – de hortas a teatros e estúdios.

10 Disponível em: <https://fotografia.folha.uol.com.br>. Acesso em: 27 abr. 2020.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Jamie deixou o programa televisivo *The Naked Chef* no ano de 2001, quando abriu em Londres o restaurante Fifteen. Posteriormente, liderou movimento que reivindicava qualidade na alimentação das cantinas escolares do Reino Unido – o que proporcionou grandes mudanças no sistema alimentar das escolas britânicas. Esse chef tem expressiva presença na mídia britânica e seus programas de gastronomia fazem parte da grade de programação do canal brasileiro GNT. O chef também colabora na *Jamie Magazine*, a sua revista de culinária; atua nos seus canais do YouTube Jamie Oliver's Food Tube and Drinks Tube, tem cinco *apps* premiados e publicou 16 livros de cozinha que são campeões de vendas, além de possuir programas na televisão.

Visitando seu canal no YouTube, no dia 6 de janeiro de 2021, foram encontrados vídeos postados com receitas de comidas e bebidas para Natal, assim como a presença do menino Buddy Oliver, filho de Jamie, cozinhando panquecas, mini pizzas etc. Em 2020, Jamie anunciou que ajudaria britânicos a cozinhar durante isolamento em função da pandemia de covid-19. Em projeto semelhante ao projeto *Rita Help*, da brasileira Rita Lobo, ele e sua equipe declararam:

A pandemia de coronavírus tem mudado grades de programação no mundo inteiro, mas o britânico Channel 4 vai inovar com uma atração de culinária com receitas voltadas para quem está isolado em casa por conta da Covid-19. (...) A ideia é que, com a atração, o chef ajude espectadores a aproveitarem ao máximo ingredientes que eles já têm em suas casas, para que não precisem enfrentar as ruas nem se aventurarem em supermercados cada vez mais vazios (UOL, 2020).

O ano de 2020 marcou a humanidade, em função da pandemia da covid-19. Por esse motivo, provocou modificações comportamentais a partir do momento em que houve necessidade de isolamento social. A TV ocupou – nas grades de programações de canais abertos, fechados e de streaming – papel essencial para difusão de informações e entretenimento e a dramaturgia alimentar também passa por transformações, afinal cozinhar e fazer refeições em casa, utilizando ingredientes naturais, também é forma de promover a saúde coletiva. A estratégia de preparar alimentos em casa, em distanciamento, tornou-se medida de prevenção contra o coronavírus, reforçando a noção que comer é um ato político, afinal é preciso:

[...] conscientizar as pessoas de que uma alimentação saudável e adequada é um direito humano. Desse modo, estão inclusos valores associados à preparação e ao consumo, pois a alimentação adequada implica a existência de atributos como acessibilidade física, financeira e cultural, sabor, variedade, cor, englobando o respeito a questões religiosas, étnicas e às peculiaridades dos

diversos grupos e indivíduos. Aspectos esses percebidos nas ideias defendidas por Oliver e que chegam ao público na forma de discurso, o qual ganha materialidade na execução de suas receitas. Assim como Jamie Oliver faz do espaço da alimentação um espaço político, a Educação Alimentar e Nutricional também deve estar interessada não apenas em garantir, por exemplo, o Direito Humano a uma Alimentação Adequada (DHAA), mas na formação de comensais que compreendam que comer é um direito. Nutricionistas que, ao deixar os bancos escolares, compreendam o porquê das políticas públicas que promovem o DHAA a partir de transferência de renda. Portanto, a ação por uma sociedade que busque no comer um bem comum e que se interesse pela reversão das iniquidades sociais em torno da alimentação se verte em política (...) Jamie acredita que a culinária, como habilidade própria do artífice, é um ofício que pode gerar emancipação econômica, social e cultural (SOUSA et al., 2016, p. 885).

Como dissemos anteriormente, o trabalho do *chef* Jamie Oliver orbita em torno da comida natural, o que equivale dizer que alimentos não processados são os personagens principais na dramaturgia da alimentação que ele apresenta ao público, promovendo em diversas mídias um estilo alimentar saudável.

3.3.4 RODRIGO HILBERT: O GALÃ DA CULINÁRIA CATARINENSE

Sedutor, bonito e elegante são alguns dos adjetivos encontrados, em vários dicionários, para definir o que é ser *galã*. Atores de teatro e televisão são assim reconhecidos quando encarnam personagens geralmente apaixonados e apaixonantes. Nascido em 1980, o catarinense de Orleans Rodrigo Hilbert Albertoni iniciou, aos 16 anos, sua carreira como modelo e em 2002 estreou como ator na telenovela da Rede Globo, *Desejos de mulher*. A partir de 2012, começou a apresentar, no Canal GNT, o programa *Tempero de Família* onde atua como um galã da dramaturgia da culinária televisiva, conquistando milhares de fãs não somente por sua maneira prática de cozinhar, mas também por sua beleza, charme, simpatia e narrativa brejeira. De acordo com o *site* do canal GNT, em matéria publicada em 30/01/2013, Rodrigo desenvolveu seu interesse por culinária observando a mãe e a avó quando preparavam comidas típicas de Santa Catarina.

Rodrigo Hilbert deixa claro, em seus programas, que ama cozinhar, portanto, transmite paixão pelo que faz. O roteiro da dramaturgia alimentar de Rodrigo Hilbert recorre a receitas de comidas caseiras, aprendidas com parentes próximos e evocam diversas emoções e sensações. A memória familiar é ferramenta utilizada por ele para construir e trilhar seu repertório de preparações. Realiza sua dramaturgia alimentar em criativos cenários: alguns em estúdios instalados e inspirados em

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

oficinas de ferreiro – ofício que aprendeu com seu avô materno – e/ou cozinhas construídas ao ar livre, como praias, jardins e fazendas.

Os utensílios e objetos que decoram os respectivos cenários são práticos – geralmente panelas de alumínio e de ferro – e muitos desses objetos são construídos por ele mesmo, durante os programas – como churrasqueiras, fogões a lenha, fogueiras, fornos etc. A dramaturgia do programa de Rodrigo Hilbert busca salientar que preparar a alimentação pode ser ação realizada de forma leve, alegre; o roteiro do programa valoriza a espontaneidade do apresentador, não apenas pela escolha de cenários compatíveis com sua personalidade, mas também pelo cuidado na escolha da trilha sonora. A trilha sonora dos programas de Rodrigo Hilbert é recorrentemente alegre e a música de abertura enfatiza seu prazer em trabalhar. A canção é *Felizardo*, da Banda Mirim, e ele mesmo canta. A letra descreve o prazer que existe quando se faz o que gosta e soa como convite para dançar celebrando a vida:

Hoje eu acordei me sentindo tão bem, tão bem, tão bem, tão bem/
Também pudera minha vida tá tão boa / Logo que acordo já me pego rindo à toa / Eu gosto do que eu penso, eu gosto do que eu faço / Às vezes não faço bem feito, me embaraço / Tropeço feio mas depois acerto o passo / Laço de fita pra enfeitar o abraço / Terra e céu, sol e luar Laço de fita pra enfeitar o abraço Terra e céu, sol e luar (BANDA MIRIM, 2005).

Felizardo, escolhida para a abertura do programa, é mote para refletirmos sobre o papel da música na dramaturgia alimentar. A música pode influenciar o paladar dos indivíduos. Isso porque a comunicação humana é complexa e envolve, no mínimo, quatro estruturas: o emissor (quem envia a mensagem), o receptor (quem recebe a mensagem), a mensagem (conteúdo comunicado) e o meio de comunicação (fala, TV, impressos, rádio, telefone, *internet* etc.). Porém, entre uma estrutura e outra, existem inúmeras variáveis (tom de voz, tipo e condições técnicas dos meios de comunicação, percepções e sensações do emissor e do receptor, capacidade de compreensão), ou seja, ruídos no processo, que são desde simples barulhos a variações de personalidade que interferem de alguma forma no processo de comunicação. A música é um dos meios de comunicação mais abrangentes, pois além da audição, a memória afetiva pode invocar outros sentidos humanos: ao ouvir uma música, podemos lembrar de um aroma, de um lugar, de pessoas, de sensações táteis, de uma fase de nossas vidas e outras inúmeras sensações e percepções boas ou más, pois a música nos leva a um universo subjetivo.

Em um estudo sobre os efeitos da música sobre o ânimo de crianças as autoras Viviane Freire Bueno e Niélsy Helena Puglia Bergamasco, Campinas (SP),

analisaram 83 crianças, de cinco (5) a dez (10) anos, de ambos os sexos. Essas crianças experimentaram soluções de sabores doce e amargo na ausência e presença de músicas pré-qualificadas como alegres e tristes. A partir das reações das crianças, as autoras julgaram o estado de ânimo decorrente da experiência. As autoras verificaram que as músicas (pré-determinadas como tristes ou alegres), mesmo combinadas com os sabores (amargo ou doce) determinavam o ânimo das crianças e não os sabores. Por exemplo: ao beber a solução doce e ouvir uma música triste a criança ficava triste; ao beber a mesma solução doce e ouvir uma música alegre a criança ficava alegre. Assim também foram os resultados com o sabor amargo.

Outras observações das autoras, por exemplo, foram:

1. Na ausência de música: as crianças reconheciam o sabor doce como *gostoso* e o sabor amargo como *não gostoso*;
2. Com uma música alegre: o sabor doce era reconhecido por uma grande porcentagem de crianças como *gostoso*;
3. Com uma música triste: o sabor doce era reconhecido por uma grande porcentagem de crianças como um sabor *não gostoso*.

As alterações do ânimo das crianças também aconteceram da mesma forma em relação ao sabor amargo. Por exemplo: com uma música triste, uma grande porcentagem das crianças reconhecia o sabor amargo como *não gostoso*; na presença de uma música alegre, uma grande porcentagem das crianças reconheceu o sabor amargo como *gostoso*. Dependendo da faixa etária, o número de crianças que muda o ânimo de acordo com a música é variado. As autoras afirmam que as crianças têm reações compatíveis às dos adultos em relação à música. Nas considerações finais, no artigo, as autoras escrevem:

Emoções e sensações podem auxiliar a tomada de decisão devido ao significado afetivo atribuído ao estímulo. Neste trabalho, crianças de faixa etárias diferentes foram capazes de perceber e decidir qual estímulo sensorial foi responsável pelo seu estado de ânimo, no momento em que experimentaram soluções com sabor doce ou amargo, na ausência e na presença de músicas alegres e tristes (BUENO & BERGAMASCO, 2008, p. 103-166).

Desse modo, destaca-se a importância da escolha acertada da trilha sonora para que a dramaturgia alimentar seja realizada com êxito. Rodrigo Hilbert, ao cantar “Logo que acordo já me pego rindo à toa / Eu gosto do que eu penso, eu gosto do que eu faço / Às vezes não faço bem feito, me embaraço / Tropeço feio mas depois acerto o passo” busca construir uma narrativa audiovisual capaz de inspirar pessoas a cozinhareem e não terem medo de errar e suas habilidades manuais geram brincadeiras, comentários de internautas e se transformaram em *memes*.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Chega né, fera. Eu tentando impressionar a patroa com um miojão turbinado e um bilhete apaixonado e lá vem você com essas coisas de origami, construir um banco de jardim pra esposa, uma casa na árvore pra criançada. Se um dia ela te usar como parâmetro, tô ferrado. Acho que fujo. - Morgotas (@osmanomorgota) September 16, 2020. Outros brincaram que, “se há alguém capaz de desenvolver a vacina para o novo coronavírus, esse alguém é Rodrigo Hilbert”: “E a vacina nada, né? Esperava mais”. “Já pensou em fazer vacinas? Sério. Dá uma chance”, sugeriu outro usuário (ESTADÃO, 2020).

Impossibilitado de realizar novas gravações para o Canal GNT, em 2020, em função da pandemia de covid-19, alguns episódios de suas temporadas de *Tempo de família* migraram para o programa *É de casa*, exibido nas manhãs de sábado, na Rede Globo de Televisão.

Rodrigo Hilbert não deu continuidade à carreira de ator, mas em função de seu porte físico, imagem compatível com os padrões de beleza vigentes, sua forma de se declarar aos alimentos – deixando transparecer seu romance com a culinária – ele pode ser considerado um *galã da dramaturgia da alimentação*.

3.3.5 PALMIRINHA: A VOVÓ MAIS QUERIDA DO BRASIL

Segundo reportagem especial do UOL publicada em seu aniversário de 89 anos,¹¹ Palmirinha é a vovó mais querida do Brasil. Antenada, ela saudou em entrevista¹² a chegada de Hilbert ao universo da culinária televisiva: “Ele é muito bonitão. Na minha época, o homem que ia para a cozinha era maricas. Agora não, a mulher fica conversando com as amigas e o homem que vai para a cozinha. Acho bacana”.

De acordo com informações disponíveis na web,¹³ Palmirinha apareceu na TV, pela primeira vez, no início da década de 1990, no Programa Sílvia Poppovic, que ia ao ar no SBT. Nessa época, Palmira ainda não era conhecida pelo apelido carinhoso dado por Ana Maria Braga, porém já era uma exímia cozinheira, pois preparava banquetes e tinha clientes fiéis. Uma dessas clientes era a diretora do programa de Sílvia Poppovic. “Um dia, ela me sugeriu participar do programa, porque eu sempre fui muito comunicativa, falava muito e tinha uma história de vida pela qual o público iria se interessar”, lembrou a culinária em reportagem publicada pelo *site* Uai.

11 Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/reportagens-especiais/palmirinha-a-vovo-mais-querida-do-brasil-faz-89-anos/#cover>. Acesso em: 29 jun. 2020.

12 Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/palmirinha-sobre-violencia-domestica-estava-sempre-machucada>. Acesso em: 30 jun. 2020.

13 Disponível em: <https://www.uai.com.br/app/noticia/series-e-tv/2019/02/10/noticias-series-e-tv,241427/realizada-palmirinha-superou-infancia-pobre-e-um-casamento-infeliz.shtml>. Acesso: 30 jun. 2020.

Após estrear na TV sua dramaturgia da vida real, com sua didática carinhosa, Palmirinha ficou no Programa *Note e anote* – TV Record – ao lado de Ana Maria Braga, durante seis anos. “Foi ali que comecei a ficar conhecida mesmo. E como eu chamava a Ana de Aninha, ela me devolvia, me chamando de Palmirinha. Aí pegou. Ninguém mais me chama de Palmira”, conta.

De acordo com entrevista dada à *Veja*,¹⁴ Palmirinha relatou que seu pai queria que ela tivesse estudo, porém não podia proporcionar isso. A relação com sua mãe também não era fácil; sem estudo, ela veio com 14 anos da Itália e teve que trabalhar. A partir dos 6 anos, Palmirinha ficava com Dona Georgette, uma francesa com quem foi morar. Dando prosseguimento à entrevista, Palmirinha relatou que só via a mãe uma vez por ano e que com ela aprendeu a fazer pão. Aprendeu, com a francesa, a fazer pudim e molho bechamel.

Palmirinha revelou também que sofria violência doméstica, apanhava do marido, mas que nunca permitiu que isso interferisse em sua alegria de viver. Palmira Onofre, por meio da dramaturgia de sua vida real, acabou por se tornar conhecida não somente na TV, mas também por todo o Twitter. Por intermédio do CQC, da TV Bandeirantes, começou a fazer sucesso entre jovens, pois o programa exibiu diversos vídeos em que a apresentadora aparecia em situações embaraçosas, como esquecendo o nome de utensílios domésticos e se esquecendo de responder a perguntas. Essas e outras falhas se tornaram sucesso na *Internet*.

Palmirinha começou a vender alimentos para sustento de suas filhas, em 1965. Posteriormente, seguiu a linha de sua *madrinha* Ana Maria Braga, inspirando pessoas, na TV, a cozinhar receitas simples com possibilidade de comercializá-las. Quando perguntada se assiste à programas culinários nas telas, respondeu:

Tem um chef que cozinha tudo na grelha em um programa da GNT. Como é que ele chama, mesmo? Às vezes, de domingo, eu nem saio de casa só para ficar vendo. Felipe Bronze é o nome dele. Até a sobremesa ele faz na churrasqueira, torra pão, frita batata, banana, tudo ali. Depois, ele serve dois convidados, dá entrada, prato principal, sobremesa e ainda um vinho. Eu fico apaixonada. Ele é uma simpatia (VEJA, 2017).

Vovó Palmirinha comenta, nesse trecho, sobre a forma de cozinhar do chef Felipe Bronze como uma espécie de magia, feitiçaria. Exatamente por este motivo, por inovar em modos de preparo, o chef apresentador é (re)conhecido como uma espécie de *bruxo*.

3.3.6 FELIPE BRONZE: O MAGO DA COZINHA BRASILEIRA

14 Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/palmirinha-sobre-violencia-domestica-estava-sempre-machucada>
Acesso em: 30 jun. 2020.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Felipe Bronze é conhecido como “Mago da Cozinha” por criar pratos e preparar diferentes alimentos utilizando a ciência. O chef nasceu na cidade do Rio de Janeiro, em 1978 e ainda criança, encantava-se ao ver seu pai cozinhando para sua família e amigos. Aos 19 anos foi para Nova York estudar e aprender mais sobre a gastronomia e retornou ao Brasil em 2001. É proprietário de dois restaurantes bem-sucedidos no Rio: Oro e Pipo. O “Oro” tem como característica preparar pratos na brasa. A maioria dos pratos são de influência japonesa, argentina e espanhola. Felipe Bronze gosta de utilizar, na grande maioria de seus pratos, o conceito de Cozinha Molecular, ramo da ciência resultante da fusão de física, química e a própria gastronomia. Em 2018, o *chef* ganhou duas estrelas Michelin – guia que avalia os melhores restaurantes do mundo.

Na TV, o *chef*-mago apresenta programas culinários como o *Perto do Fogo* e *Que seja doce*, no canal GNT. Também é o apresentador do *Top Chef*, reality culinário da Record TV. A dramaturgia alimentar utiliza elementos surpresa, pois inova ao levar para churrasqueiras e brasas, alimentos e ingredientes habitualmente preparados em fogões. No *site* do canal GNT,¹⁵ é possível assistir a vários vídeos onde ensina suas receitas inusitadas, como por exemplo, arroz frito com amendoim e manga acompanhado de espetinho de peixe, panqueca de arroz com doce de leite, pizza de berinjela com missô, pizza de tiramissu etc.

Felipe Bronze costuma receber convidados perto do fogo, como *chefs* e especialistas em determinada forma de preparar alimentos. Divide a cena, mas deixa claro seu protagonismo quando surpreende a todos levando para defumadores, fornos e brasas temperos e ingredientes de todos os tipos.

O *chef*-mago relatou, em entrevista, que durante a pandemia, precisou tomar difíceis decisões. No dia 15 de março de 2020, se reuniu de dia com a equipe de São Paulo e a noite, com a do Rio. Demitiu aqueles que estavam em experiência e colocou as pessoas em suspensão de contrato, pelas regras do sindicato. Ligou para os proprietários, para diminuir o aluguel, e afirmou não poder dizer que não vai demitir mais funcionários. “Talvez precise reduzir a minha equipe de 50 para 30, talvez o delivery vire um negócio enorme. Tanta coisa pode acontecer” (NEOFEED, 2020).

Em tempos de pandemia, é perceptível que a criatividade precisa ser a protagonista e a dramaturgia de programas de gastronomia, como o *Perto do fogo*, de Felipe Bronze, poderá receber novas configurações e atualizações em função da nova realidade que está se instaurando nos campos da alimentação e da comunicação.

A pandemia da covid-19 exige que chefs e demais profissionais da alimentação organizem e reformulem suas ideias, suas metas, seus textos, suas narrativas e

15 Disponível em: <https://gnt.globo.com/programas/perto-do-fogo/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

atuem em diversos cenários e palcos, como plataformas digitais. Os meios de comunicação tornam-se protagonistas, imprescindíveis extensões do homem para que ele possa prosseguir atuando no mercado de consumo pós pandemia.

Em 2020 e início 2021, inúmeras transformações ocorreram nos processos sociais referentes à saúde, comunicação e alimentação. Quanto ao *chefe*-mago, ele também revelou na entrevista dada que foi estudante de economia e adora administração. Em outras palavras, demonstrou não existir mágica para o sucesso que obteve e continua obtendo, mas sim muito trabalho, dedicação, talento e inspiração para prosseguir em sua dramaturgia da alimentação.

3.3.7 MAIS VOCÊ: O DESPERTAR DE VÁRIAS DRAMATURGIAS

Anteriormente à pandemia da covid-19, a apresentadora Ana Maria Braga – Mais Você/Rede Globo, não apenas ensinava receitas, pois além de ensinar, viajar, comentar notícias e viajar, também fazia publicidade e propaganda de alimentos industrializados numa casa/cenário localizada nos estúdios da Globo. Ana Maria Braga aconselhava, entrevistava, opinava sobre vários assuntos e utilizava seu bordão “*acorda menina!*” e “*acorda menino!*” para incentivar telespectadores. Em sua dramaturgia alimentar, Ana Maria contava sobre seus gostos alimentares, comentava sobre sua memória alimentar, passava embaixo de mesas e de bancadas quando adorava o que provava e entre latidos e outros sons, preparados pela produção, conversava com o boneco Louro José, interpretado por Tom Veiga.¹⁶ Ana Maria Braga criou esse personagem, em sua dramaturgia alimentar, porque seu programa *Note e Anote*, na TV Record, começava logo em seguida à programação infantil:

Em 1996, para alavancar a audiência do programa e atrair o público infantil, Ana Maria Braga teve ideia de criar um personagem que pudesse interagir com ela. A apresentadora, que tinha um papagaio em casa chamado Louro José, achou que seria uma boa ideia dar outra face a ele. Desenhou o Louro num papel, entregou à produção do programa, que mandou confeccioná-lo em espuma. Em entrevista ao Memória Globo, Tom Veiga contou que, no início, Louro José seria interpretado por uma pessoa da produção a cada dia. Mas, na hora em que encarnou o personagem, o sucesso foi imediato. Aos poucos, Tom começou a se soltar, perdeu a timidez e o nervosismo (MEMÓRIA GLOBO, 2020).

16 O produtor e colega de cena que encarnava o personagem Louro José faleceu em 01 de novembro de 2020.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Tom e Ana Maria foram, aos poucos, tornando o personagem Louro José mais “humano”, ou seja, sua personalidade foi delineada com o passar do tempo. Ao ser convidada em 1999 pela Globo para assumir um horário na programação da tarde, não hesitou em levar o personagem consigo, consolidando uma parceria de sucesso na dramaturgia alimentar da emissora. A aparência do Louro se transformou e o boneco foi ganhando mais opções de interação e interpretação, como poder piscar os olhos, por meio de mecanismo para animá-lo. De acordo com o *site Memória Globo*, Tom Veiga revelou que suas mãos iam no bico, o corpo cobria seu braço e havia um cabo de aço em separado que ele puxava para mexer os olhos. Tom ocupava vários espaços no cenário e na dramaturgia alimentar do *Mais Você*, pois contava piadas, dava palpites nas receitas, recebia convidados e tinha a missão de até mesmo corrigir Ana Maria nos principais assuntos soprados em seu ponto eletrônico.

Entre diversidade de assuntos e tarefas, figuravam ingredientes e alimentos, enfeitando o cenário e aguardando momento de entrarem em cena para realização do que entendemos como uma dramaturgia multifacetada. Alimentos e ingredientes também eram utilizados como personagens para a dramatização do dia, pois serviam de mote para contar histórias, apresentar reportagens sobre eles etc.

O programa *Mais Você* fazia publicidade e propaganda de vários alimentos e bebidas industrializados, como massas, temperos, refrigerantes etc. Sabemos que a TV aberta sobrevive de propaganda, mas aqui refletimos sobre segurança alimentar e nutricional, ou seja, a forma como a divulgação de informações sobre os alimentos ocorria, se possuíam ou não respaldo científico – se demonstravam alguma preocupação com a saúde dos telespectadores – ou se apenas funcionavam como iscas que utilizavam elementos da dramaturgia para fisgar consumidores. Percebe-se em cena, junto às receitas, a propaganda de temperos e vários alimentos que prometiam ser saudáveis. Quando por exemplo anunciavam o complemento alimentar Nutren Sênior, da marca Nestlé, a apresentadora dizia que “o produto é feito para pessoas com mais de 50 anos que querem aproveitar muito a vida”. Na página do produto, no Facebook, com data de 30/04/2019 encontramos, além de propaganda em audiovisual, a seguinte legenda:

Acorda, menino. Acorda, menina! Compre agora seu Nutren Senior e sinta todos os benefícios do produto no seu dia dia. #PraCegoVer Um vídeo colorido mostra apresentadora Ana Maria Braga ao lado das seguintes latas de Nutren Senior sabores: Baunilha, Chocolate, Café com Leite e Sem Sabor. A apresentadora está encostada em uma mesa de madeira. No fundo, há um vaso com flores brancas. Por fim, há as latas do produto e o texto: “Experimente”. Abaixo há a informação: “Não contém glúten” (FACEBOOK, NUTREN SENIOR).

Além do cenário citado, com vaso de flores brancas, destaca-se o figurino da apresentadora, também na cor branca. Ana Maria dizia o texto calmamente, com ternura que insinuava cuidado, preocupação com bem-estar. Fica perceptível a intenção dramatúrgica no cenário, no tom de voz da apresentadora, na música suave ao fundo e na escolha do branco, ou seja, a intenção de vender imagem *clean* que sugere saúde.

Após a morte do ator Tom Veiga, que interpretava o Louro José, Ana Maria continuou apresentando o programa Mais Você. No dia 1º de dezembro de 2020, ao completar um mês do falecimento do intérprete do papagaio, a apresentadora o homenageou, dedicando a ele o pensamento do dia:

Ela dedicou o pensamento do dia, com uma frase de Bob Marley, ao amigo e parceiro de trabalho. A mensagem do cantor de reggae diz o seguinte: “Não viva para que a sua presença seja notada, mas para que a sua falta seja sentida.” (...) “Parece que foi ontem, na verdade. É uma saudade que bate forte. Faz um mês que meu querido amigo, Tom Veiga, nos deixou. O pensamento que acabei de dizer me leva direto para ele” (MAIS VOCÊ, 2020).

No próximo capítulo, será feita a Análise da Materialidade Audiovisual do objeto empírico *Rita Help*, da apresentadora Rita Lobo. A dramaturgia da alimentação será então analisada mais a fundo, ou seja, sobre como Rita Lobo utiliza elementos da dramaturgia – trilha sonora, cenário, utensílios, figurino, alimentos etc. – para ensinar a cozinhar e promover a “comida de verdade”.

4. PRATOS PRINCIPAIS: ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL - AMA

Neste livro, a investigação do objeto empírico – *Rita Help! Me ensina a cozinhar na quarentena!* – recorre ao método da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA) como estratégia de compreensão e desvelamento de sentidos. Como método, a AMA possibilita “enfrentamento do objeto em diálogo com os tensionamentos teóricos e epistemológicos de cada investigação” (COUTINHO et al., 2018), sendo por isso a estratégia escolhida para analisar a dramaturgia da alimentação realizada no programa de TV conduzido por Rita Lobo, que é posteriormente inserido em *sites* e repositórios de vídeo.

O método proposto por Iluska Coutinho tem por objetivo compreender e analisar a estrutura dos audiovisuais considerando, entre outros aspectos, elementos da dramaturgia do telejornalismo, conceito que vem sendo consolidado desde 2003 nos estudos da autora.

O mergulho na dramaturgia e na epistemologia do jornalismo audiovisual teve como um de seus resultados o desenvolvimento de percurso metodológico específico para estudo de produtos audiovisuais, a Análise da Materialidade Audiovisual.

Assim, a partir da centralidade do telejornalismo como (e) ditador da sociedade brasileira, o ponto de partida é a descrição de percurso utilizado na busca por conhecer sua forma de organização narrativa, com a existência de uma dramaturgia própria (Coutinho, 2013). Em seguida apresenta-se a análise da materialidade audiovisual como método possível para perscrutar o telejornalismo e outros gêneros audiovisuais a partir do enfrentamento do objeto em diálogo com os tensionamentos da contemporaneidade (COUTINHO, 2018, p. 178).

Baseados nas reflexões de Coutinho acerca da dramaturgia em telejornalismo, temas relacionados à alimentação, em audiovisual, possuem linguagem e organizações narrativas próprias. Para levar conhecimento, informação e entretenimento sobre saúde, gastronomia, nutrição e culinária, *chefs*, apresentadores e *youtubers* recorrem a uma estrutura dramática própria, a qual denominamos

neste estudo de dramaturgia da alimentação, proposta em analogia à dramaturgia do telejornalismo.

Assim como foi percebida a existência de personagens no texto noticioso, identificou-se essa existência em textos relativos a temas alimentares, ou seja, são também apresentadas e representadas tramas entre mocinhos e vilões quando o foco da produção audiovisual é a alimentação. Na trama percebida pelo uso da dramaturgia da alimentação, no programa analisado de Rita Lobo, o embate entre alimentos naturais *versus* alimentos ultraprocessados é constantemente apresentado. A partir de observações acerca da dramaturgia da alimentação desenvolvida em audiovisual, pode-se compreender o protagonismo/antagonismo e o valor simbólico de determinados alimentos e grupos alimentares, sendo valorizados ou desvalorizados de acordo com o estilo/gosto/cultura/identidade de determinados chefs/apresentadores e culinaristas.

A análise e os dados apresentados a seguir têm como recorte empírico a série audiovisual *Rita Help! Me ensina a cozinhar na quarentena!*, exibida no canal de televisão fechada GNT e no site Panelinha por meio do canal homônimo, na plataforma YouTube. A escolha teve como foco também a experiência da quarentena, necessária a partir de março de 2020, em função da pandemia da covid-19, que impôs uma série de mudanças em processos sociais e econômicos, como por exemplo a possibilidade de fazer refeições fora de casa. Em 2020, restaurantes foram fechados e com o isolamento social, diversos hábitos precisaram ser revistos, adaptados e modificados: houve a necessidade de fazer as refeições em casa e realizar a ação de cozinhar tornou-se primordial.

Rita Lobo, por meio da dramaturgia da alimentação, propôs a retomada do prato feito (PF)¹⁷ brasileiro como hábito. A série conta com 32 vídeos, produzidos em sua própria casa, que constituem o universo empírico investigado. O PF que Rita Lobo se propôs a ensinar em *Rita Help! Me ensina a cozinhar na quarentena!* foi basicamente composto por arroz, feijão, hortaliças e carne, sendo este último elemento apresentado como opcional.

Em 2020, a apresentadora também comemorou 20 anos de seu site, o Panelinha. Consideramos, na escolha do objeto empírico a analisar, que a apresentadora/culinarista é um *mix*, uma síntese dos chefs elencados no Capítulo 3.

17 O PF tem origens particulares: foi criado para alimentar viajantes e provavelmente se confunde com a origem dos restaurantes. Os estabelecimentos comerciais surgiram com a urbanização e a necessidade de os viajantes encontrarem pouso e comida longe de suas residências. O registro mais antigo dessas estalagens no Brasil data de 1599. Muito distante dos cardápios sofisticados, as refeições servidas nas hospedarias serviam apenas para restaurar as energias do cansado tropeiro. A mistura clássica consiste em arroz, feijão, carne e batatas fritas (substituídas às vezes por salada, farofa ou outro acompanhamento). Essa combinação se consolidou principalmente a partir dos anos 50, com a explosão populacional dos grandes centros urbanos. No mesmo período, surgiram variações da refeição pronta: o comercial, o executivo e o prato do dia. O comercial e o executivo apenas acrescentam mais elementos, como ovo e salada, à mistura tradicional. Já o prato do dia tem como diferencial a variedade, com um cardápio diferente a cada dia da semana. Disponível em: <https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/nutricao/prato-feito/13659>.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Assim como Julia Child, Rita Lobo se empenha em, por meio de sua produção em audiovisual, mostrar que todos podem cozinhar, até mesmo os que se consideram sem nenhum talento para isso. Como Anthony Bourdain, Rita Lobo também viajou e viaja mundo afora e, da mesma maneira, utiliza comidas típicas para transportar telespectadores/seguidores para outros países e suas respectivas culturas alimentares. Tal qual Jamie Oliver, ela promove a comida natural e que utiliza ingredientes frescos, promovendo a alimentação considerada saudável – de acordo com as recomendações do *Guia Alimentar para a População Brasileira* (2015). Ex-modelo profissional, como Rodrigo Hilbert, Rita Lobo também valoriza suas raízes e os temperos de família. Deixa claro, em seus vídeos, que como o galã da alimentação catarinense, adora o que faz. Com proposta semelhante às de Ana Maria Braga e de Palmirinha, Rita Lobo tem, entre outros objetivos, ensinar a cozinhar de forma prática. Como Felipe Bronze, além de cozinhar, a apresentadora demonstra ser empreendedora, pois desde a estreia do site Panelinha, em 2000, sua carreira não parou de evoluir, ou seja, não ficou estagnada e é efervescente.

4.1 A DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO NA PRODUÇÃO DE RITA LOBO

Rita Lobo parte do princípio que cozinhar é uma atividade libertadora e impede que as pessoas se tornem reféns de alimentos ultraprocessados. Por onde passa se apresenta, de modo geral, como pessoa que adora cozinhar e que deseja ensinar outros a cozinhar de forma prática, utilizando alimentos naturais. Para tanto, em sua dramaturgia, Rita Lobo utiliza elementos do fazer audiovisual, como cenários bem elaborados, utensílios como elementos de interação e cênicos, trilha sonora, figurino e uma narrativa que recorre também a frases de efeito que provocam reflexões acerca do valor simbólico da alimentação. Realiza assim, por meio da dramaturgia da alimentação em seus vídeos, um trabalho que conquista crescente número de seguidores e telespectadores.

A apresentadora também divulga, em seu site Panelinha, a importância do consumo da comida de verdade para a saúde, recomendação também feita pelo *Guia Alimentar para a População Brasileira* (2015), conforme descrevemos no primeiro capítulo deste trabalho. Em consulta à seção Cursos do site, realizada no dia 5 de fevereiro de 2021, encontramos texto de apresentação sobre Rita Lobo: “para ela cozinhar é como ler e escrever: todo mundo deveria saber” (PANELINHA, 2021). Ao clicarmos nos vídeos somos direcionados para o canal correspondente ao site, situado na plataforma YouTube.

O YouTube, como objeto de estudo, é instável, mas pode se configurar como um espaço de popularização de conteúdos de

saúde na interface com o meio ambiente. Cada estudo sobre comunicação científica no YouTube proporciona-nos diferentes noções do que o YouTube realmente é. Para entender como o YouTube funciona como *site* de cultura participativa, faz-se necessário um tratamento quanto à especificidade e à escala, e isso apresenta desafios epistemológicos e metodológicos para o campo da comunicação e da cultura. O YouTube, segundo estudiosos da área, é um sistema cultural intermediado. Na literatura encontram-se estudos que empregam ferramentas metodológicas, como análise de redes sociais, revelando padrões de conteúdo, mostrando os ciclos de vida da popularidade de vídeos no *site* e mapeiam os padrões de comportamento dos usuários baseando-se nos rastros que deixam atrás de si. (BURGESS & GREEN, 2009) Na última década, os vídeos científicos no YouTube passaram a ser analisados por cientistas de áreas diferentes da comunicação (BORTOLIERO, 2015).

A série foi analisada também a partir do canal Panelinha, no YouTube. Foi utilizada, aqui, uma “lente multifocal”, pois verificou-se aspectos relativos à interface entre os campos da Nutrição, da Saúde e da Comunicação. O conteúdo da série possui embasamento científico, pois o *site* Panelinha, de Rita Lobo, tem parceria com o Nupens – Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde Pública da Universidade de São Paulo – USP.¹⁸

Rita Lobo marca presença diária no Instagram e é autora de livros sobre culinária, além disso, ela cria séries para seu site Panelinha e canal do YouTube – que também são exibidas no canal televisivo GNT.

Rita Lobo fez as gravações dos 32 vídeos da série *Rita Help! Me ensina a cozinhar na quarentena!* a partir de sua casa. Exibidos ao longo de 2020, durante quarentena imposta pela pandemia da covid-19, os materiais audiovisuais permanecem disponíveis no site Panelinha. Em acesso realizado no dia 5 de fevereiro de 2021, verificou-se que o conjunto de vídeos estava intitulado como *Rita Help! Me ensina a cozinhar!* e era acompanhado pelo seguinte texto de divulgação (chamada): “Tudo o que você precisa saber para se virar na cozinha. A proposta foi resgatar a dieta brasileira, simbolizada pelo famoso prato-feito ou ‘pê-efe’ [...]” (PANELINHA, 2020). Em outras palavras, a série se propôs a divulgar a comida de verdade e a cultura alimentar brasileira. A série prometeu, em linguagem coloquial, que os telespectadores e assinantes iriam aprender a se virar na cozinha;

18 O NUPENS/USP é um órgão de integração da Universidade de São Paulo criado em 1990 com a finalidade de estimular e desenvolver pesquisas populacionais em nutrição e saúde. O grupo é integrado por professores e pesquisadores da Faculdade de Saúde Pública, de outras unidades da Universidade e de outras instituições acadêmicas do país, além de mestrandos, doutorandos e estagiários bolsistas. Dentre os objetivos do NUPENS estão o desenvolvimento de métodos diagnósticos aplicáveis e inquéritos populacionais em nutrição e saúde, a análise de tendências temporais de indicadores, o estudo da causalidade de processos saúde-doença, a formulação de intervenções e a avaliação da efetividade de serviços e programas. Disponível em: <http://www.fsp.usp.br/nupens/quem-somos/>. Acesso em: 20 abr. 2020.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

assim consideramos, na elaboração da ficha de leitura, que nessa temporada do programa em análise não seriam ensinados pratos complexos e difíceis de fazer, assim como não haveria utilização de ingredientes raros.

Com relação ao chamado *peso da leveza*, buscou-se verificar se Rita Lobo imprimiu, em seus vídeos, algum tipo de regra, ou seja, se impôs, mesmo que de forma subliminar, algum estilo alimentar que privilegiou e/ou excluiu alimentos e, se ao fazer isso, promoveu algum padrão físico, tido por ela como ideal e que pudesse ser interpretado como dominante, ou hegemônico.

A partir do momento em que Rita Lobo divulgou a comida de verdade, que são alimentos *in natura* ou minimamente processados, defendida e considerada saudável pelo *Guia Alimentar da População Brasileira* (2015), também foi necessário buscar reconhecer se houve em seus vídeos alguma ação de promoção da saúde ou “*Sofrência alimentar*”. Em outras palavras, evidenciou-se, na análise, se ela promoveu algum alimento ultraprocessado derivado dos alimentos considerados *commodities*, como soja e milho. Na esteira desse raciocínio, verificou-se se Rita Lobo promoveu bebidas naturais - como sucos de frutas - ou industrializadas - como refrigerantes.

Buscou-se também compreender, por meio da AMA, se na série de vídeos *Rita Help! Me ensina a cozinhar na quarentena!* foram utilizados elementos de *marketing*. Ainda, se foram considerados nos vídeos que constituíram o recorte empírico, os valores simbólicos da alimentação e seu entendimento também como símbolo de identidade social e cultural.

Em termos de produção, a série foi beneficiada pela expansão midiática, pois sem a atual facilidade de acesso a recursos da tecnologia digital e que viabilizam produções em audiovisual - câmeras, celulares que gravam vídeos etc. - seria impossível, por exemplo, a realização do *Rita Help! Me ensina a cozinhar na quarentena!*. Nessa série, a apresentadora registrou todo conteúdo em sua casa, tendo como cenário sua própria cozinha. Contou com a ajuda de seu filho Gabriel e de seu marido Illan Kow, que atuaram como seus parceiros de trabalho, gravando e contribuindo para colocar em cena a dramaturgia da alimentação nos programas realizados. Outros membros da sua equipe do Panelinha participaram do programa de forma remota e, nessa perspectiva, analisamos que sentidos e contribuições imprimiram à dramaturgia alimentar de Rita Lobo. A equipe interagiu principalmente a partir de legendas exibidas no decorrer dos vídeos, onde explicavam sobre as receitas de Rita Lobo.

Entre os pontos evidenciados, há apontamentos sobre o estilo musical que permeou os vídeos da série e por meio da atenção a eles, buscou-se reconhecer quais tipos de emoção transmitiram e/ou embalsamaram a narrativa audiovisual: alegria, tristeza, euforia, indiferença etc. O figurino utilizado pela apresentadora foi outro aspecto observado, no intuito de verificar se em sua dramaturgia ela

promoveu alguma marca ou loja de roupas. Também se observou suas narrativas, no que se referiram a objetos, para verificar se houve propaganda e *marketing* de algum utensílio de cozinha, eletrodomésticos, panelas, jogos de talheres etc.

Considerou-se, ainda na análise, se houve coerência narrativa em relação à proposta da série, verificando se o texto de Rita Lobo foi compatível com divulgação do PF tipicamente brasileiro, organizado com arroz, feijão, saladas/ hortaliças e carne, ou seja, com *comida de verdade*.

A seguir será apresentada a ficha de leitura a partir da qual foi realizada a análise dos 32 vídeos tomados como recorte e um exemplo de sua aplicação. O primeiro vídeo foi analisado como pré-teste; os outros 31 materiais audiovisuais foram analisados com o uso do mesmo instrumento. Foi por meio dessa ficha que a AMA foi realizada para compreender como Rita Lobo utilizou-se da dramaturgia da alimentação para produzir sentidos nos campos da Nutrição, da Gastronomia e da Saúde em um produto de Comunicação Audiovisual.

4.2 A FICHA DE LEITURA: EIXOS PARA OBSERVAR A DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

A construção da ficha como instrumento capaz de permitir a descrição e análise dos itens anteriormente apresentados como relevantes foi estruturada a partir de três eixos: 1) Identificação e aspectos descritivos do vídeo; 2) Promoção de cultura alimentar, hábitos e estereótipos; 3) Promoção de marcas.

A seguir, estão descritos os itens de observação que integram cada um desses eixos, apresentando a ficha de análise a partir de seu primeiro exemplo de aplicação: o pré-teste do instrumento.

4.2.1 EIXO I – IDENTIFICAÇÃO E ASPECTOS DESCRITIVOS DO VÍDEO

- *Prato do dia*: analisou-se a dramaturgia da alimentação anunciada a partir dos títulos dos pratos ensinados.
- *Duração do vídeo*: duração de cada um dos 32 vídeos apresentados.
- *Cenário*: observou-se a cozinha para identificar se os utensílios eram meramente decorativos e estilizados e/ou se eram utilizados correspondendo à proposta de elaborar pratos simples (tradicional PF brasileiro: arroz, feijão, carne, legumes/verduras). Foram considerados utensílios correspondentes com a proposta aqueles acessíveis, fáceis de encontrar na maioria das cozinhas, como: fogão, panelas de pressão, panelas convencionais e talheres adequados para os preparos. Observou-se se houve algum utensílio em destaque, assim como se houve alguma marca sendo apresentada ao público.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

- *Ingredientes e modo de preparo:* verificou-se quais ingredientes utilizados: se a apresentadora utilizou alimentos naturais, processados, ultraprocessados e/ou todos os tipos e se eles aproximaram ou se afastaram da proposta de elaboração de pratos simples. Foram considerados pratos simples os que continham: arroz, feijão, carne, verduras e legumes.
- *Temperos e especiarias:* denominou-se triviais sal, cebola e alho. Quando houve acréscimo de outros, foram chamados de especiais.
- *Utensílios:* materiais de cozinha utilizados com intuito de verificar se foram ou não acessíveis, levando-se em consideração propaganda de marcas, tipos de panelas e talheres utilizados. Foram consideradas simples as preparações que utilizaram panelas convencionais, panelas de pressão e utensílios fáceis de encontrar nas cozinhas domésticas, panelas de pressão, panelas convencionais e talheres adequados para o preparo.
- *Houve interferência da equipe?* A equipe não estava presente na casa de Rita Lobo. A intenção foi verificar como seus auxiliares fizeram a mediação, ou seja, de que modo as informações foram trocadas entre a apresentadora e seu público por intermédio da equipe.
- *Foi utilizada música?* Foram verificados os estilos utilizados, assim como se autores/cantores foram citados ou se houve alguma referência a eles. Apontou-se os momentos em que músicas foram utilizadas, assim como se faziam referências à alimentação.

4.2.2 EIXO II – PROMOÇÃO DE CULTURA ALIMENTAR, HÁBITOS, ESTEREÓTIPOS

- *Promoveu importância da lavagem das mãos e higienização dos alimentos? De que forma?* Foi verificado se destacou a necessidade de higienização não somente em períodos de pandemia, valorizando ou não a necessidade desse hábito para prevenção de doenças e manutenção da saúde.
- *Impôs, através do vídeo, algum padrão físico como ideal? Qual?* Aqui, foi verificado se Rita Lobo fez alguma referência a biotipo, valorizando ou desvalorizando algum padrão estético.
- *Citou o Guia Alimentar para População Brasileira?* Para verificar se o promoveu direta ou indiretamente.
- *Fez alguma citação ou alusão à identidade cultural e/ou valor simbólico do prato ensinado? Qual? De que forma?* Foi verificado se promoveu identidades culturais e o valor simbólico dos alimentos.

- *Número de vezes que pronunciou a expressão comida de verdade:* foi verificado se cumpriu, também dessa forma, sua promessa de divulgar alimentos naturais.

4.2.3 EIXO III – PROMOÇÃO DE MARCAS

- *Figurino:* foi verificado se houve propaganda de marca de roupa e/ou de algum estilo de vestuário.
- *Bebida:* foi verificado se utilizou bebidas naturais ou artificiais.
- *Marca:* foi verificado se houve ou não propaganda de marca de eletrodoméstico ou outro utensílio de cozinha.
- *Observações:* espaço utilizado para registrar/ destacar o que nos chamou atenção.

Quadro 1 – ficha de análise

Episódio 01

Ficha de análise - Rita, Help! Me ensina a Cozinhar na quarentena!

Eixo I - Identificação e aspectos descritivos do vídeo

Prato do dia: Me ensina a cozinhar feijão

Tempo: 10:22 min.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Cenário: cozinha da casa de Rita Lobo. Bem organizada, com pratos e quadros na parede decorando o ambiente. Atrás da apresentadora havia uma porta com papel de parede florido. Mesa grande contendo *cooktop* de 06 bocas, potes com talheres e bandeja com azeite, moedores de pimenta e sal. Em cima da mesa também havia tripé com celular utilizado para filmar. Aos 02:44min. houve tomada com plano mais aberto, em preto e branco, mostrando outro tripé com outro celular utilizado por seu filho Gabriel, que não apareceu em cena. Com esta mudança na tomada pudemos ver um vaso de flores em cima da mesa, assim como 02 fornos elétricos no canto direito e, do lado esquerdo, geladeira com fotos decorando a porta. À esquerda da geladeira estante contendo potes com alimentos e temperos difíceis de identificar devido à distância. Aos 04:01min houve outra abertura de plano ainda maior que a anterior, mostrando um monitor localizado num outro ambiente afastado. Nestas duas vezes, em que houve abertura nas imagens, ambas estavam em preto e branco.

Ingredientes:
feijão cariquinho,
feijão preto,
água - naturais.
Aproximação
com proposta de
preparar PF.

Modo de preparo:
cozido

Temperos e Especiarias:
especiais. Cozimento
com folhas de louro.

Utensílios:
panela de pressão,
panela convencional,
concha e escorredor.

Houve interferência da equipe? Sim.

- Rita Lobo apresentou e cumprimentou, aos 02:10 minutos, a equipe: Camila, Gabi, Ana e Carol. Apenas gesticularam, dando adeusinho.
- Aos 03:20 min. Subiu legenda, em amarelo, explicando que deixando o feijão de molho por 12 horas substâncias indigestas e que dão gases são eliminadas.
- Aos 03:34 min. Subiu legenda explicando que 1kg de feijão rende de 15 a 20 porções.
- Aos 03:55 min subiu legenda explicando que vale a pena cozinhar quantidade maior de feijão, pois o alimento é fácil de congelar e descongelar.
- Aos 05:18 min. Subiu legenda explicando que remolho significa trocar a água do molho.
- Aos 05:50 min. Subiu legenda onde se lia: "ela quer levar você para cozinhar de qualquer jeito."
- Aos 06:01 min. Subiu legenda explicando que são necessárias 03 xícaras de água para cozinhar cada xícara de feijão.
- Aos 06:57 min. Subiu legenda explicando - para quem nunca usou panela de pressão - que seria necessário teste com 8 minutos de cozimento em pressão e para depois continuar cozinhando com panela aberta - até ficar com textura a gosto do cozinheiro(a).
- Aos 7:11 min. Subiu legenda explicando que, para cozinhar feijão em panela convencional, para cada xícara de feijão são necessárias 08 xícaras de água.
- Aos 7:21 min. Subiu legenda explicando que se começa a contar o tempo de cozimento, em panela convencional, quando o feijão começa a ferver.
- Aos 09:38 min. Subiu legenda explicando que levantar a válvula, para tirar a pressão da panela, prejudica e encurta seu "tempo de vida."
- Interferência do marido e filho: aos 10:16 minutos conversou rapidamente com ambos, apenas demonstrando que ali estavam.

Foi utilizada música? Estilo. Citou algum autor? Letra fez referência à alimentação?

Sim

Rita entrando em cena: música alegre/samba/instrumental - emoção *passada*: alegria e dinamismo.
Vinheta de abertura: alegre - instrumental com sons de acendimento de fogão elétrico, com chiados de panela de pressão.

Durante o preparo do feijão: - instrumental/salsa: alegre

Final do vídeo: instrumental/ sem estilo definido - alegre

Não foram citados autores da música, nem em áudio nem em vídeo.

Eixo II - Promoção de cultura alimentar, hábitos, estereótipos

Promoveu importância da lavagem das mãos e higienização dos alimentos? De que forma? Sim, utilizou água, sabão líquido numa pia localizada distante da mesa. Não houve promoção de nenhuma marca de sabão. Somente neste momento a pia apareceu no cenário.

Impôs, através do vídeo, algum padrão físico como ideal?
Não

Qual padrão físico e de que forma fez isso?
Não houve imposição de nenhum padrão físico.

Citou o Guia Alimentar para População Brasileira? Em que contexto e como fez?
Indiretamente o tempo todo do vídeo, mas não fez referência ao nome.

Fez alguma citação ou alusão à identidade cultural e/ou valor simbólico do prato ensinado? Qual? De que forma?

Sim. Valorizou a importância do arroz e do feijão no prato do brasileiro, principalmente em tempos de pandemia. Declarou que arroz com feijão dão *sensação de conforto* estabelecendo uma *rotina* necessária, pois representa *familiaridade*. “Um prato de arroz com feijão, em tempos tão estranhos como estes em que estamos vivendo, alimenta muito além do corpo.”

Número de vezes que pronunciou a expressão comida de verdade: 01
Contexto: valorização da alimentação saudável.

Eixo III - Promoção de marcas

Figurino:
Calça jeans, blusa de malha roxa e casaco de lã lilás. Não houve nenhuma propaganda de marca.

Bebida:
Nenhuma bebida em cena.

Marca:
Não houve propaganda de nenhum tipo de bebida.

Observações: Valorizou importância do arroz com feijão, *Pontuou* sobre diminuição de gastos quando se come em casa

Fonte: elaborado pela autora, 2022

4.3 ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL EM CENA: ELEMENTOS DE IDENTIFICAÇÃO DA DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO EM RITA LOBO

Será apresentada aqui a síntese dos resultados obtidos por meio do primeiro eixo da ficha de leitura na análise da materialidade audiovisual.

O prato do dia é o primeiro elemento em cena nessa descrição, e integra o Eixo I, Identificação e aspectos descritivos do vídeo.

4.3.1 PRATO DO DIA E TEMPO

São apresentados a seguir os pratos a partir do título que cada vídeo recebeu no site/canal do YouTube tomado como repositório. Foram mantidas nessa descrição todas as pontuações contidas ou não nos títulos. Alguns faziam perguntas, mas não utilizavam pontos de interrogação, por exemplo. Além desse dado, será apresentada em seguida uma primeira síntese da análise da materialidade audiovisual que a identificação suscitou.

Episódio 01 – Me ensina a cozinhar feijão.
AMA: título soou como pedido de socorro.

Episódio 02 – Me ensina a congelar feijão.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

AMA: pedido de socorro.

Episódio 03 – Me ajuda a variar o sabor do feijão.

AMA: pedido de socorro.

Episódio 04 – E as sobras do feijão?

AMA: sugeriu curiosidade/preocupação em evitar desperdício.

Episódio 05 – E como fazer sopa?

AMA: sugeriu curiosidade/pedido de socorro.

Episódio 06 – Como incrementar a sopa sem graça?

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar.

Episódio 07 – Me ensina a fazer arroz soltinho.

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar.

Episódio 08 – Como fazer arroz integral mais rápido.

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar para ajudar as pessoas a ganharem tempo.

Episódio 09 – Como deixar a farofa mais saudável?

AMA: sugeriu preocupação com a saúde.

Episódio 10 – Como reaproveitar talos.

AMA: sugeriu curiosidade/preocupação em evitar desperdício.

Episódio 11: Como reaproveitar arroz.

AMA: sugeriu curiosidade/preocupação em evitar desperdício.

Episódio 12: Risoto instantâneo.

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar para ajudar as pessoas a ganharem tempo.

Episódio 13: Como higienizar alimentos

AMA: sugeriu preocupação com higienização para promover saúde.

Episódio 14 – Como melhorar a alimentação sem cozinhar?

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar para ajudar as pessoas a ganharem tempo.

Episódio 15 – O que é refogar?

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar para ajudar as pessoas a ganharem tempo.

Episódio 16 - Como não deixar o frango ressecado.

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar.

Episódio 17 - Como fazer o bife render.

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar para ajudar na economia doméstica.

Episódio 18 - Como temperar carne moída.

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar para ajudar na economia doméstica.

Episódio 19 - Como temperar carne moída.

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar.

Episódio 20 - Qual o risco de consumir ultraprocessados na quarentena?

AMA: sugeriu que a apresentadora faria revelações surpreendentes.

Episódio 21 - Como fazer uma salada-refeição.

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar.

Episódio 22 - Como fazer molho de salada.

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar.

Episódio 23 - Como cozinhar macarrão.

AMA: pedido de socorro.

Episódio 24 - Como deixar o macarrão saudável

AMA: sugeriu preocupação com modo de preparo para promover saúde.

Episódio 25 - O que fazer com as sobras de macarrão

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar para ajudar na economia doméstica evitando desperdício.

Episódio 26 - Como fazer omelete de hotel

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar.

Episódio 27 - Como fazer ovo no micro-ondas.

AMA: pedido de socorro.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Episódio 28 – Qual a importância de aprender a cozinhar?

AMA: sugeriu que a apresentadora faria revelações surpreendentes.

Episódio 29 – Como variar o sabor dos ovos

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar.

Episódio 30 – Como fazer pão sem forno

AMA: sugeriu que a apresentadora tinha truques surpreendentes a revelar.

Episódio 31 – Quero um bolinho de chocolate agora!

AMA: sugeriu recompensa para a pessoa que aprendeu a cozinhar.

Episódio 32 – Como fazer brigadeiro gourmet?

AMA: Sugeriu recompensa para a pessoa que aprendeu a cozinhar.

Um olhar sobre os resultados indica que pratos considerados triviais são colocados em evidência. O feijão foi tema de quatro vídeos; a sopa de três, assim como os pratos elaborados a partir do ovo (omelete e ovos fritos ou no micro-ondas). Já arroz, macarrão, carne moída e salada foram tema de dois programas cada.

A série ainda teve como ingredientes temáticos bife; frango; reaproveitamento (incluindo uso de sobras de macarrão) e dicas diversas.

Quanto ao tempo, houve variação, com vídeos com duração entre 08 e 28 minutos. A ausência de padronização é considerada problemática por se tratar de uma série e até mesmo pela dificuldade de sua possível inserção na grade de programação de uma emissora. Mesmo para o consumo assíncrono, a ausência de um padrão foi considerada um ponto negativo.

4.3.2 CENÁRIO

A cozinha da casa de Rita Lobo é o cenário dos 32 episódios analisados, com variação de registros realizados entre cozinha e sala. A apresentadora se deslocou para a sala, no decorrer dos 32 episódios, enquanto os alimentos cozinhavam ou assavam e quando ela queria imprimir um tom confidencial à conversa com os seguidores/telespectadores. Foi também didática durante essas mudanças de cenário, porém sem perder o bom humor.

A cozinha estava sempre bem organizada, limpa, com pratos e quadros na parede decorando o ambiente. Atrás da apresentadora havia uma porta decorada com papel de parede florido, com fundo marrom. Bancada de madeira grande, contendo *cooktop* de seis bocas, tábua de corte, potes com talheres e bandeja

com azeite, moedores de pimenta e sal. Em cima da mesa também havia tripé com celular utilizado e manipulado, em toda a temporada, pela própria Rita Lobo. Nele eram feitas as tomadas frontais dos episódios. Gabriel filmava em plano geral e/ou conjunto, enquanto Ilan ocupava-se em seguir o roteiro e cuidar da qualidade do som.

No decorrer da temporada, quando houve tomadas com mudança de enquadramento, as imagens oscilavam entre coloridas e preto e branco. Foi mostrado outro tripé, no episódio 01, com outro celular sendo utilizado pelo filho de Rita Lobo, Gabriel, que não apareceu em cena. Com essa mudança de enquadramento, pudemos ver um vaso de flores em cima da mesa, assim como dois fornos elétricos no canto direito e, do lado esquerdo, geladeira prateada, com fotos decorando a porta. À esquerda da geladeira, estante contendo potes com alimentos e temperos difíceis de identificar, devido à distância. Ao lado dessa estante estava a pia, utilizada por Rita Lobo para lavagem das mãos e higienização de alimentos. Não houve propaganda de sabão ou qualquer utensílio utilizado para higienizações. O sabão líquido, para lavagem das mãos, permaneceu em toda temporada dentro de recipientes sem nenhuma marca estampada.

Quando ia para a sala, o ambiente era *clean*, aparentando ser espaçoso e arejado. Bem iluminado, com luz branca, apresentava estantes com livros e estante com louças coloridas e decorativas. Não houve *close* dos livros, por isso foi possível identificá-los. Ao fundo se via uma cadeira, dando a sensação de ser outro ambiente na sala.

A cozinha era grande e anexa a ela havia uma outra sala, sem divisórias e com mesa utilizada por Rita Lobo, em alguns episódios, para conversar – pelo *notebook* – com sua equipe do Panelinha. Rita Lobo deixou claro, no decorrer desta temporada, que naquela mesa eram feitas as refeições em família, ou seja, contou que em sua rotina cozinhava, deixava as preparações no fogão, cada um se servia e todos sentavam-se à mesa para fazer as refeições.

4.3.3 INGREDIENTES, TEMPEROS E ESPECIARIAS

Todos os ingredientes utilizados por Rita Lobo, no decorrer da temporada, eram naturais e fiéis à proposta de compor um PF. Foram usados basicamente arroz, feijão e hortaliças. A apresentadora utilizou e mostrou possibilidades para variar verduras e legumes, assim como apresentou diferentes modos de preparo, ou seja, ensinou a cozinhar e assar legumes.

Rita Lobo deixou claro que carne era opcional e explicou que bastava caprichar na quantidade de feijão para substituí-la. Quando preparou carne, utilizou frango e boi, explicando e enfatizando não haver necessidade de comer carne em todas as refeições. Em alguns episódios mostrou fotos enviadas pelos seguidores.

Quando utilizou alimento em conserva (episódio 21/ Como fazer uma salada refeição), explicou que utilizava porque era minimamente processado, afinal os

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

ingredientes, contidos na lata, eram grão de bico, água e sal. Utilizou manteiga e azeite como fonte de lipídios, deixando claro que jamais recorreu à margarina por ser produto ultraprocessado, portanto, maléfico para saúde.

Quanto ao item temperos e especiarias, Rita Lobo utilizou temperos que denominamos simples – sal, cebola e alho – assim como, no decorrer da temporada, destacou a importância das especiarias para modificar o sabor “sem graça” de alguns alimentos e preparações.

Preocupou-se em apresentar possibilidades de variações de especiarias como *curry*, *orégano*, *zaatar*, pimenta do reino, pimenta calabresa, sementes de coentro, cúrcuma etc. e explicou em qual tipo de pratos combinavam. Deixou claro que se a pessoa não gostava de determinado tempero/especiaria, poderia substituir e, para tanto, contou com ajuda da equipe Panelinha que colocava legendas, enquanto Rita preparava os alimentos. Na dramaturgia da alimentação de Rita Lobo, foi frisado por ela, como uma espécie de bordão particular: “*Você é livre, meu amor!!!*” sempre em tom bem-humorado e deixando claro que todos eram livres e tinham opções para trocar temperos e especiarias nas preparações que ela estava ensinando. Se não gostavam de algum tempero/especiaria, poderiam substituir ou simplesmente não colocar.

4.3.4 UTENSÍLIOS E INTERFERÊNCIA DA EQUIPE/ INTERAÇÃO

No decorrer da temporada, Rita Lobo utilizou panelas convencionais, panelas de pressão, frigideiras antiaderentes e comuns, de aço inoxidável. Não houve nenhuma propaganda de marca de panela ou outro utensílio.

Utilizou, por exemplo, espátula para cortar massa, também utilizada como pegador de hortaliças. Na dramaturgia da alimentação de Rita Lobo, também entraram em cena pegadores de silicone para carnes, espátulas de silicone, tábua de corte, facas, colheres e outros tipos de talheres; raladores de queijo e de especiarias – como ralador de noz moscada – peneiras, escorredores de macarrão, louças como pratos e tigelas coloridas e estilizadas de vários tamanhos. Louças foram mostradas, durante todas as temporadas, inclusive em momentos que não estavam sendo utilizadas em tom de sugestão para investimento. Quando sugeriu que a pessoa comprasse uma faca de carne com cabo forjado, por exemplo, o fez dizendo que a pessoa poderia investir.

Em todos os episódios, quando utilizou algum utensílio diferente do usual, surgiu uma espécie de banner branco, na parte superior direita da imagem. Neste banner havia *link* para o Acervo Panelinha, assim como *link* para outros vídeos de Rita Lobo, que tratavam de assunto similar ao tratado no episódio em questão. Desta maneira, mesmo sem precisar dizer, ficou claro que estava mostrando utensílios que poderiam ser comprados. No episódio 09, por exemplo, apareceu a

seguinte legenda: “Amei essa tigela! Onde posso comprar? É do acervo Panelinha e está a venda no site www.panelinha.com.br”. Ou seja, havia marcas discretas de venda ou comercialização possível, a partir da interação do espectador/usuário.

Quanto à interferência, Rita Lobo interagiu com a Equipe Panelinha em todos os episódios. Algumas vezes perguntou se estava presente, *on-line*, e suas assistentes sempre surgiam, nas imagens, na tela de *notebook*. Respondiam dando um *tchauzinho* ou respondiam através de legendas que subiram, em todos os episódios. Essas legendas, quase sempre didáticas, continham complemento de explicações, ou seja, informavam sobre substituições possíveis de ingredientes, temperos, especiarias e utensílios. Bem-humoradas, foram apresentadas por Rita Lobo também como respostas a perguntas que ela sabia que seguidores/telespectadores possivelmente deveriam estar se fazendo, como por exemplo: *posso trocar o tempero? Posso trocar a verdura?* Justificou, no episódio 10, que por ter 20 anos de experiência sabia quais as principais dúvidas de seu público/alunos.

Rita Lobo interagiu com o filho por vezes brincando com ele ou até mesmo chamando, mas assim como seu pai Ilan, Gabriel seria tímido e não apareceu nas imagens. A filha Dora foi citada, mas Rita deixou claro que ela não gostava de ser filmada.

4.3.5 MÚSICA/TRILHA SONORA

Em todos os episódios, a música foi utilizada em harmonia com o prato ensinado, de forma incidental e com volume equilibrado. Quase sempre como paisagem sonora em segundo plano, surgiu como um tempero e/ou especiaria a mais em cena, fazendo parte das receitas e valorizando imagens que exibiam o protagonismo da apresentadora e os demais personagens-alimentos.

Impossível não notar a presença da trilha sonora que pareceu também como ingrediente para recheiar momentos sem diálogo entre apresentadora-público e apresentadora-equipe, durante as preparações. Sempre alegre, a trilha variou entre os ritmos do samba e *jazz* instrumentais, passando e passeando pela salsa. Não houve nenhuma referência direta à autores/compositores/músicos/instrumentistas no texto da apresentadora.

4.4 CULTURA ALIMENTAR, HÁBITOS, ESTEREÓTIPOS NA SÉRIE DE VÍDEOS

O segundo e terceiro eixos da ficha de análise foram estruturados a partir de perguntas; estas serão apresentadas a seguir, junto aos resultados obtidos na análise dos 32 vídeos.

Uma das questões a evidenciar seria se a apresentadora na série analisada promovia a importância da lavagem das mãos e higienização dos alimentos,

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

e de que forma faria isso. No material analisado, Rita Lobo deixou claro que, independentemente de quarentena/pandemia, lavar as mãos é fator preponderante para quem quer cozinhar e/ou quem simplesmente está na cozinha. Também enfatizou a necessidade de higienizar corretamente os alimentos, dedicando o episódio 13 a esse tema, mostrando como higienizar verduras, legumes e frutas.

Por várias vezes a apresentadora foi até a pia e lavou as mãos, sem haver nenhuma propaganda de marca de sabão ou material de limpeza. Citou, nos 32 vídeos, a importância de se ter bons hábitos de higiene, lembrando de forma recorrente nos episódios que celulares, tripés, *notebook* e tudo o mais presente em cena estava corretamente higienizado.

Considerando que a TV e o audiovisual têm um lugar central na realidade brasileira, e o peso também simbólico da leveza, buscou-se compreender nesse eixo da ficha de análise se Rita Lobo apresentava na dramaturgia da alimentação em vídeo algum padrão físico como ideal, reconhecendo nesse caso qual seria o padrão e as formas de afirmar tal modelo.

A resposta a tais perguntas na aplicação da ficha evidencia que em nenhum dos 32 episódios analisados Rita Lobo impôs algum padrão físico. Houve uma referência apenas no episódio 28, quando em conversa com a Professora Patrícia Jaime, abordou-se o risco que a obesidade causaria à saúde. Nesse caso, o foco se deslocou da questão estética para a temática de saúde pública. Assim, é válido reforçar que, ao longo de todos os vídeos analisados, não houve imposição de padrão físico como ideal ou desejável.

Outro aspecto buscou-se identificar na análise foi a referência ao *Guia Alimentar para População Brasileira*, e ainda como seria feita e em que contexto ela teria ocorrido. Em todos os episódios Rita Lobo citou o *Guia Alimentar para População Brasileira* (2015), de forma direta e/ou indireta, pois valorizou as recomendações nele contidas, ou seja: em sua dramaturgia destacou os alimentos naturais como “mocinhos” e os alimentos ultraprocessados como “vilões”.

No episódio 20, a apresentadora conversou com o Professor Carlos Augusto Monteiro. A trajetória acadêmica desse profissional, apesar de longa, é relevante porque se relaciona a diferentes estudos que orientaram a elaboração do *Guia Alimentar para a População Brasileira*.

Em sua dramaturgia da alimentação, Rita Lobo conversou descontraidamente com o Professor, na sala de sua casa, numa poltrona, com *notebook* no colo. Entre troca de sorrisos e comentários elucidativos, a apresentadora revelou que o Grupo coordenado por ele na USP, o Nupens – Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde, é parceiro científico do Panelinha.

Na análise realizada, outro ponto importante foi reconhecer se havia, na dramaturgia audiovisual da alimentação de Rita Lobo, presença de citação ou alusão à identidade cultural e/ou valor simbólico do prato ensinado. Além

de identificar qual seria essa referência, buscou-se perceber de que forma ela ocorria. Nesse sentido, foi possível perceber que Rita Lobo deixou muito nítida a importância do arroz com feijão como símbolo da identidade e cultura brasileira, assim como também valorizou culturas alimentares de outros países, descrevendo, por meio de suas preparações, hábitos de franceses, ingleses, italianos, árabes etc. Valorizou a identidade alimentar brasileira e essa valorização, assim como o valor simbólico dos alimentos, ficou mais evidente em sua conversa com a Professora Patrícia Jaime, Professora de Nutrição na Faculdade de Saúde Pública da USP. Seus comentários e entrevista/conversa foram transcritos na ficha de leitura do episódio 28. É importante destacar, como exemplo deste item, comentários tecidos entre as duas e registrados aqui, pois eles refletem sobre alguns valores simbólicos da alimentação.

A Professora explicou que alimento não é medicamento: alimento é cultura, vida, direito, hábito, enquanto o medicamento tem função de tratar uma doença, num momento específico. “Se eu começo a olhar o alimento como medicamento, vou ter que encontrar o princípio ativo, né?”, completou a Professora. E prosseguiu: “Isso não quer dizer que o alimento não tem um papel terapêutico, mas a gente não pode tratar alimento e medicamento como sinônimos.” Rita Lobo complementou dizendo: “Quando você começa a pensar somente no princípio ativo você se esquece do prazer e que, acima de tudo, comida tem que ter prazer.” Ela acrescentou ainda que quando se encontra uma mesa bem-posta e a comida ali colocada, é porque alguém pensou no que e como cozinhar, comprou, lavou a louça... e muitas vezes outras pessoas podem não se dar conta disso. Nesse sentido, estão sobrecarregando quem cuida de todo processo alimentar, sendo assim foi

muito legal, nesse momento em que a gente ficou mais tempo em casa e entendeu que o almoço, o jantar, o café da manhã, nada brota sozinho da mesa [...] não faz sentido, nos dias de hoje, que isso seja responsabilidade só da mulher, como sempre foi não só no Brasil, né? (LOBO, 2020).

No diálogo, exibido no episódio 28, a apresentadora e sua convidada abordaram ainda a sobrecarga do trabalho doméstico feminino e que, como ato de libertação – como retirada do sutiã – muitas mulheres decidiram que não cozinhariam mais. Rita Lobo pontuou: “[...] cozinha já foi tida como local de confinamento, mas estamos em outra fase.”

A professora completou dizendo que hoje é possível refletir sobre isso, sobre o processo histórico e entender muito sobre a desvalorização das competências e habilidades femininas.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Eu hoje busco honrar todas as mulheres da minha família que transmitiram pra mim as suas habilidades culinárias, porque essa transmissão de conhecimentos e competências femininas que hoje precisam ser compartilhadas com os homens se mostram fundamentais pra saúde individual, pra saúde humana e pra saúde planetária (JAIME, 2020).

Elas chegaram, ao final desse diálogo, à conclusão de que a divisão de tarefas promove a saúde mental e a igualdade de gêneros.

O último eixo da ficha buscava perceber se haveria promoção de marcas, a partir do figurino, de bebidas colocadas em cena ou por meio de alguma ação de venda enunciada pela apresentadora. De maneira geral, a percepção foi de que não havia momentos em que as ações comerciais de promoção de marcas estivessem explícitas.

Quanto ao figurino, em todos os episódios Rita Lobo apareceu com roupa casual, despojada, vestindo basicamente blusas e calças jeans. Esse figurino é compatível com a proposta da série, afinal Rita Lobo estava em casa, vestindo roupa básica para ensinar pessoas a cozinhar o básico, ou seja, o PF constituído de arroz, feijão, hortaliças, com opção de utilizar carne ou não. Se estivesse vestida com dólmã – roupa de chef de cozinha – afastaria o público e a si mesma da proposta da série, pois chefs inovam em culinária, criam, fazem suas versões de preparações e Rita Lobo propunha ensinar literalmente o arroz com feijão, o trivial, o autêntico PF e cumpriu o que prometeu. Rita Lobo seguiu todas as regras básicas para quem está cozinhando: não usou anéis, unhas sempre curtas, sem pintar e lavou as mãos insistindo e enfatizando sobre a importância dessa ação, independentemente da pandemia da covid-19.

Quanto ao cabelo por vezes solto, pode ser interpretado como sua necessidade de utilizá-lo como símbolo, talvez rebelde, de liberdade. Rita Lobo é profissional e obviamente sabe que em cozinhas, principalmente de restaurantes, é preciso usar toucas; porém, se ela estava em casa e disse um de seus bordões - “Você é livre, meu amor! – pareceu utilizar seu cabelo como uma metáfora para passar, em sua dramaturgia da alimentação, essa mensagem.

Em relação a bebidas, não houve preparo de nenhuma, assim como não houve menção a qualquer uma delas. Vale ressaltar que há temporadas do programa, no GNT, que realizaram essa vinculação entre comida e vinho, por exemplo.

Finalmente, quanto a marcas, não houve nenhuma referência direta, nem de roupas e nem de eletrodomésticos/utensílios. Apesar disso, conforme mencionou-se anteriormente, há na plataforma digital hipertexto que em um caso particular remete possibilidade de compra de utensílio no *site* Panelinha.

5. ACOMPANHAMENTOS: TEMPERO DA CHEF E TOQUE FINAL

Os hábitos alimentares de brasileiros que têm acesso à TV paga e outros meios de comunicação são frequentemente atravessados por modismos, publicidades, necessidade de corresponder às expectativas de determinados grupos – veganos, por exemplo – padronização física socialmente imposta etc. Observando a página da *chef*/apresentadora no Instagram, nota-se que o público a quem Rita Lobo se dirige é constituído por pessoas de diferentes profissões, como professores, pesquisadores de diversas áreas, políticos, jornalistas, artistas, influenciadores digitais etc. Portanto, muitos são formadores de opinião e multiplicadores de informações que podem contribuir para a valorização da alimentação natural e saudável.

A indústria de alimentos artificiais, em crescente evolução no Brasil, utiliza-se de embalagens chamativas e elaboradas para seduzir consumidores, invadindo a vida dos sujeitos, prometendo oferta de sabores deliciosos, cor, alegria, economia – de tempo e dinheiro. Por conseguinte, a saúde desses indivíduos é sequestrada e neles se institucionaliza uma viciante escravidão gustativa. Para resgatar estes sujeitos de cativeiros como estantes de supermercados, onde se encontram refeições prontas e redes de *fast-foods*, por exemplo, é necessária a produção de conteúdo com informações corretas e com respaldos científicos.

A indústria também oferece uma gama de alimentos aparentemente saudáveis, porém continuam mantendo seu DNA de alimentos artificiais: são *shakes*, barras de cereais, bebidas *light/zero* e outros alimentos denominados *fitness*, que não passam de “comida de mentira”. Nesse sentido, como numa dramaturgia cinematográfica protagonizada por super-heróis, surgiram na dramaturgia da alimentação brasileira os defensores da comida de verdade, entre eles os organizadores e autores do *Guia Alimentar para a População Brasileira* (2015), a autora (BICALHO, 2011) e Rita Lobo.

Este livro foi pensado e desenvolvido para compreender como os alimentos integram a dramaturgia da série *Rita Help – me ensina a cozinhar na quarentena*. Verificou-se que tal dramaturgia realizada por ela, além de ensinar a cozinhar, é recheada de simbolismos e disputas de poder. O embate entre alimentos naturais *versus* alimentos ultraprocessados é uma constante na série, onde os “mocinhos” são os alimentos naturais e os “vilões”, os ultraprocessados. Rita Lobo produz, por meio de sua dramaturgia da alimentação, uma vasta gama de sentidos.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

A apresentadora demonstra inquietação ao tentar entender, em sua conversa com a Professora Patrícia Jaime o motivo de brasileiros aparentemente darem mais valor à dieta mediterrânea do que à própria. As produções audiovisuais podem oferecer uma resposta a esse questionamento de Rita Lobo: a dieta mediterrânea se apresenta, na dramaturgia da alimentação mundial, em cenários extremamente sedutores e charmosos, simbolizando riqueza material e imaterial, pois está presente em contextos e narrativas que frequentemente (re)significam união, comemoração, encontros entre familiares e amigos. Em produtos cinematográficos, por exemplo, são exibidas lindas cenas com mesas bem-postas ao ar livre, em campos, fazendas e/ou restaurantes maravilhosos, entre queijos, vinhos, frutas frescas, massas, sendo tudo apreciado por sorridentes e belos personagens.

Por outro lado, algumas produções cinematográficas brasileiras mostram pessoas se alimentando de arroz com feijão em contextos de pobreza, castigo e/ou privação. Um exemplo são filmes ambientados em cenários de prisões, onde personagens encarcerados, que geralmente cometeram crimes terríveis, são enquadrados comendo um PF como animais irracionais, brigando e xingando entre bandejões sujos e desorganizados. Há sempre um personagem clichê que abre uma quentinha, vê arroz com feijão e reclama por ser obrigado a viver aquela “horível e deprimente” situação.¹⁹

Rita Lobo valorizou o arroz com feijão em todos os episódios, até mesmo quando a dupla não fazia parte da receita do prato do dia. Esta valorização tem total consonância com o trabalho desenvolvido pela autora (BICALHO, 2011) que cantou e contou, em sua música *Arroz com feijão*, que “(...) esta combinação tem um bom motivo, arroz com feijão é muito nutritivo.” Além de nutritivos, o arroz e o feijão são muito saborosos, principalmente se preparados com temperos naturais e frescos. A apresentadora, em sua dramaturgia da alimentação, disse: “tempero pronto, caldo industrializado, essas combinações... isso... é assim... a porta do inferno.” Rita falou isso quando ensinou a temperar feijão, no episódio 03. Rita fez graça também pela expressão facial que ao dizer a frase. Sim, a apresentadora fez rir e o fez com episódios gravados em plena quarentena. Apesar de destacar que aqueles eram tempos difíceis, Rita Lobo não escondeu o prazer que sentia em ensinar a cozinhar e deixou isso nítido quando sorriu, gesticulou, demonstrou prazer em estar ali diante de câmeras, celulares, painéis, utensílios e ingredientes de sua casa. Assim como os molhos que ensinou a preparar, equilibrou sua acidez com sua doçura quando, por exemplo, foi crítica e engraçada ao dizer: “(...) é a porta do inferno!”.

19 Na produção cinematográfica brasileira *Estômago* (2008) há demonstração de como a comida pode ser utilizada também como arma para disputa de poder. Raimundo Nonato - personagem interpretado pelo ator João Miguel - é valorizado quando tempera a comida de forma diferente, utilizando alecrim. Ele torna-se líder, na prisão, quando prepara comida especial para o personagem Bujú - interpretado por Babu Santana - e envenena o adversário.

Ao valorizar a comida de verdade, Rita Lobo também contribuiu para que seus seguidores e telespectadores vissem os alimentos naturais como aliados, sendo capazes de fortalecer nosso sistema imunológico, ou seja, em tempos de pandemia a alimentação saudável, além de prazerosa, era útil e necessária.

Ressaltando a consonância com o trabalho desenvolvido pela autora (BICALHO, 2011), Rita Lobo preocupou-se em dizer, em vários episódios, que era preciso ter cuidado para não salgar muito as preparações. Isso pode ser analisado não apenas como gosto pessoal, mas como transmissão de mensagens que promovem saúde, afinal o excesso de sal é um dos responsáveis pelo desenvolvimento de hipertensão arterial sistêmica. Ao revelar (episódio 20) que o NUPENS - Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde - USP - é parceiro do Panelinha, deixou transparente sua atenção às pesquisas e demais assuntos científicos.

Ao valorizar legumes e hortaliças, em cada um dos 32 episódios, também deixou clara a compatibilidade com a intenção da autora em promover a diversidade alimentar, como o fez com a música *Casamento no prato* (BICALHO, 2011). Na esteira dessa compatibilidade, também podemos citar a música *Outros amores*, onde a autora fala da importância de provar alimentos naturais. Quando enaltece o valor das frutas, sugerindo que podem ser consumidas inclusive como sobremesas, Rita Lobo também se alinha a objetivos como o presente na música *Salada de frutas*, onde a autora valoriza a diversidade de frutas de diferentes regiões brasileiras. Em sua dramaturgia, quando ensinou a fazer arroz integral, Rita Lobo também se afinou com a música *Tiamina*, onde diz que a vitamina B1 "(...) está em cereais, em vários locais, arroz e macarrão integrais.". Rita Lobo, ao ensinar a importância do consumo de carboidratos, vai direto ao alvo da música *Não é não*, onde a autora (BICALHO, 2011), em sua própria dramaturgia da alimentação, questiona cantando: "carboidrato é vilão?".

O livro também refletiu sobre o quão "ser leve" pode ser pesado, ou seja, alimentação restritiva, feita desnecessariamente e realizada apenas por vaidade pode causar danos à saúde física e à saúde mental, atuando como gatilho para o desenvolvimento de depressão e transtornos alimentares. Rita Lobo, em sua dramaturgia da alimentação, sugeriu que pessoas "fizessem as pazes" com a comida; enfatizou que é preciso cozinhar e consumir a comida de verdade, como da mesma forma cantou a autora em sua música *Milho*: "(...) com milho eu faço tanta coisa boa, faço angu e faço broa com um pouco de fubá."

Rita Lobo nos transportou para França, Itália, Espanha, para o Oriente etc. quando contou sobre preparações típicas desses lugares e valorizando seus temperos e identidades alimentares. Também se posicionou ao dizer que não comer carne todos os dias é bom para a saúde das pessoas e para a saúde do planeta.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

Em alguns episódios, houve dificuldades em relação às legendas escritas pela equipe Panelinha, pois elas também fizeram parte da dramaturgia da série e surgiam, por vezes, com explicações ou comentários diferentes do que a apresentadora estava dizendo. Muitas dessas legendas apareciam em tons de brincadeira, sugerindo outras formas de preparo, substituição de ingredientes etc.

Por meio da AMA, muito há que se pesquisar e investigar sobre a dramaturgia da alimentação, pois ela também é fonte de rico material simbólico e inspirador para a produção de conteúdos midiáticos que podem contribuir para promoção em saúde pública, culminando em ajudar a desafogar o sistema público de saúde.

Rita Lobo contou à professora Patrícia Jaime que na quarentena, muitos de seus seguidores, sem doença celíaca, solicitaram receitas de alimentos sem glúten e pediu a ela uma justificativa para tais solicitações. A professora respondeu que quando pessoas sem necessidades especiais de excluir o glúten o fazem, é porque não houve uma comunicação eficiente sobre nutrição. Em outras palavras, o que a professora disse é que houve uma produção de conhecimento muito centrada nos nutrientes, não compreendendo a importância da alimentação em suas diferentes dimensões. Nesse espectro, fazemos referência à fala de Patrícia Jaime, Professora titular de Nutrição da Faculdade de Saúde Pública da USP, pois interfaces entre Comunicação, Nutrição e Saúde muito têm a contribuir para que a produção de conhecimentos acerca de temas alimentares relativos ao processo saúde/doença seja mais eficaz.

Portanto, uma educação alimentar e nutricional que valorize a comida de verdade pode ser exercida informalmente – como faz Rita Lobo. Porém, conforme os dados da pesquisa apontam, todo seu conteúdo possui respaldo científico. É necessário informar, democratizar e popularizar a importância da alimentação saudável, assim como valorizar e conscientizar a população sobre o direito do cidadão à Segurança Alimentar e Nutricional.

Esse aspecto ganha maior relevância quando se constata que o Brasil está de volta ao mapa da fome, e a situação se agrava devido à pandemia da covid-19. O desmonte de várias Instituições – como o CONSEA – ocorrido durante o governo Bolsonaro, contribuiu implacavelmente para o agravamento dessa situação. Uma significativa parcela da sociedade resiste com doações de alimentos, formando uma rede de solidariedade. É importante salientar, porém, que alimentação adequada e saudável é um direito humano e garantir Segurança Alimentar e Nutricional é dever do Estado. É preciso unir forças, nos campos da Nutrição, da Saúde Pública e da Comunicação, para haver produção de conteúdo com respaldo científico e para que sejam retomadas políticas públicas que garantam a volta da comida ao prato de todos os brasileiros e brasileiras, não apenas como imagem e sons veiculados, mas como direito exercido.

6 REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Marle; FIGUEIREDO, Manoela; TIMERMAN, Fernanda; ANTONACIO, Cynthia. *Nutrição Comportamental*. São Paulo: Manole, 2015.

ANVISA. Portal. *Suplementos alimentares*. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/suplementos-alimentares>. Acesso em: 25 mar. 2020.

BARCELLOS, Gustavo. *O banquete de Psique* – Imaginação, cultura e psicologia da alimentação. Petrópolis: Vozes, 2017.

BARELLI, Suzana. O chef Felipe Bronze lança três marcas e vê o digital como a reinvenção dos restaurantes. *NeoFeed*, 17 de maio de 2020. Disponível em: <https://neofeed.com.br/blog/home/o-chef-felipe-bronze-lanca-tres-marcas-e-ve-o-digital-como-a-reinvencao-dos-restaurantes/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade* – tratado de sociologia do conhecimento. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

BICALHO, Tânia. *MPN* – Música Popular Nutritiva. Funalfa, 2011.

BOFF, Leonardo. *Comensalidade*: passagem do animal ao humano. Disponível em: <https://leonardoboff.org/2012/10/15/comensalidade-passagem-do-animal-ao-humano/>. Acesso em: 20 mai. 2020.

BOSI, Maria Lucia Magalhães; PRADO, Shirley Donizete; SANTOS, Ligia Amparo. *Cidade, corpo e alimentação*. Salvador: EDUFBA, 2019.

BOURDAIN, Anthony. *Cozinha Confidencial*. Companhia das Letras: São Paulo, 2002.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Tradução de Fernando Tomaz. 15 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

BRANDÃO, Cristina; COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto Figueira. *Televisão, cinema e mídias digitais*. Florianópolis: Insular, 2012.

BRANT, Ana Clara. 'Realizada', Palmirinha superou infância pobre e um casamento infeliz. *UAI*, 10 de fevereiro de 2019. Disponível em: <https://www.uai.com.br>

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

com.br/app/noticia/series-e-tv/2019/02/10/noticias-series-e-tv,241427/realizada-palminha-superou-infancia-pobre-e-um-casamento-infeliz.shtml. Acesso em: 30 jun. 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição. *Guia alimentar para a população brasileira*. 2 ed. Brasília, 2014.

_____. *Guia alimentar para a população brasileira: relatório final da consulta pública*. Brasília: Ministério da Saúde, 2015. Disponível em: http://189.28.128.100/dab/docs/portaldab/publicacoes/guia_alimentar2015.pdf. Acesso em: 05 fev. 2021.

_____. *Coronavírus: linha do tempo*. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/linha-do-tempo/#fev2020>. Acesso em: 26 mar. 2020.

BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Boitempo Editorial, 182p, 1997.

BUENO, Viviane Freire; BERGAMASCO, Niély Helena Puglia. Efeito da Associação de Sabor e Música sobre o Estado de Ânimo de Crianças. *Estudos de Psicologia*, Campinas, v. 25, nº 3, 2008.

BYUNG-CHUL, Han. *No enxame: perspectivas do digital*. Petrópolis: Vozes, 2018.

CÂMARA LEGISLATIVA. *Atividade legislativa*, de 25 de abril de 2019. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cdhm/noticias/o-curto-caminho-de-volta-ao-mapa-da-fome/>. Acesso em: 25 mar. 2020.

CARDOSO, Marly Augusto. (Coord.). *Nutrição humana*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2006.

CASCUDO, Luis da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. 3 ed. São Paulo: Global, 2004.

CASTELLS, Manuel. *O poder da comunicação*. Tradução de Vera Lúcia Mello. 3. Ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Mabel. *Alimentação, sociedade e cultura*. Tradução de Maya Fonseca e Barbara Atie Guidali. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011.

COOP. Portal. *Suplemento Nutricional Nutren Senior*. Disponível em: <https://www.portalcoop.com.br/suplemento-nutricional-nutren-senior-370g/p>. Acesso em: 26 mar. 2020.

CORDEIRO, Debora. Prato Feito. *Portal Educação*, s/d. Disponível em: <https://sienteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/nutricao/prato-feito/13659>. Acesso em: 05 fev. 2021.

COUTINHO, Iluska. *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

_____ ; FALCÃO, Luiz Felipe Novais; MARTINS, Simone. Dos eixos à análise da materialidade: o audiovisual observado, compreendido e experimentado em toda sua complexidade. 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. *In: Anais [...]*. Belém, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-2135-1.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2021.

COUTINHO, Iluska. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. *In: EMERIM, Cárlica; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristiane. (org.). Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Florianópolis: Editora Insular, 2018.

DAMATTA, Roberto. *O que faz o Brasil, Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

DANIEL, Junbla Maria Pimentel; CRAVO, Veraluz Zicarelli. Valor Social e Cultural da Alimentação. *In: CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa Wanda Diez (Org.). Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005.

DIAS, Cláudia. A Vovó Do Brasil. *Uol*, Junho De 2020. Disponível em: <https://www.Uol.Com.Br/Nossa/Reportagens-Especiais/Palminha-A-Vovo-Mais-Querida-Do-Brasil-Faz-89-Anos/#Cover>. Acesso em: 29 jun. 2020.

FELITTI, Chico. *Como Luccas Neto, que ofendia crianças, virou a Xuxa da internet*. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/>. Acesso em: 05 jul. 2019.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

FELTRIN, Ricardo. Vídeo: quase 80 milhões de brasileiros só têm TV aberta em casa. *UOL*, São Paulo, 20 de outubro de 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/oops/2020/10/20/video-80-milhoes-de-brasileiros-so-tem-tv-aberta-em-casa.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 21 out. 2020.

FERNÁNDEZ, Alisson. Mestre do Sabor na Globo estreia com cinco patrocinadores. *PropMark*, São Paulo, 20 de setembro de 2019. Disponível em: <https://propmark.com.br/midia/mestre-do-sabor-na-globo-estrela-com-cinco-patrocinadores/#:~:text=A%20atra%C3%A7%C3%A3o%20que%20estrela%20na,presen%C3%A7a%20no%20novo%20reality%20show>. Acesso em: 21 out. 2020.

FERREIRA, Francisco R., PRADO, Shirley D., CARVALHO, Maria.C., KRAEMER, Fabiana B. *Biopoder e biopolítica no campo da Alimentação e Nutrição*. Rev. Nutr., Campinas, jan./fev., Seção Temática - Conhecimento, Subjetividade e Alimentação, 2015.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. (Dir.). *História da alimentação*. Tradução de Luciana Vieira Machado e João Guilherme de F. Teixeira d- São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FOCO TV. *Ana Maria Braga volta a atacar Taís Araújo*. Disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/ana-maria-braga-volta-a-atacar-tais-araujo-no-mais-voce-e-dispara-indireta-nao-gosto-quando-convidado-nao-come/>. Acesso em: 25 mar. 2020.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade I - A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

_____. *O Nascimento da Clínica*. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

GADRET, Débora Lapa. A emoção no telejornal: Um estudo de sentidos sobre os sujeitos e suas performances. *In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, 15, 2017, São Paulo. *Anais [...]*. ECA: USP, 2017. Disponível em <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/697/560>. Acesso em: 30 mar. 2020.

GIL, Bela. *Bela Gil*. Disponível em: <http://www.belagil.com/>. Acesso em: 25 mar. 2020.

GIL, Patrícia; MATOS, Heloisa. *Comunicação, Políticas públicas e discursos em conflito*. São Paulo: ECA-USP, 2019.

GNT. Rodrigo Hilbert estreia programa de culinária no GNT. 2013. Disponível em <https://gnt.globo.com/programas/tempero-de-familia/noticia/rodrigo-hilbert-estrela-programa-de-culinaria-no-gnt.ghtml> acesso em 6 de janeiro de 2021.

GSHOW. ANA Maria Braga celebra volta do 'Mais Você' direto da sua casa: 'sensação de estreia'. 30 de setembro de 2020. Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/mais-voce/noticia/ana-maria-braga-celebra-volta-do-mais-voce-direto-da-sua-casa-saudade.ghtml>. Acesso em: 15 jan. 2021.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 12. ed. Rio de Janeiro. Lamparina: 2015.

HOUZEL, Suzana Herculano. *Sexo, drogas, rock'n'roll & chocolate: o cérebro e os prazeres da vida cotidiana*. 2 ed. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2012.

IDEC. *Por uma Rotulagem Nutricional Adequada Já!* Disponível em: <https://idec.org.br/campanha/rotulagem>. Acesso em: 20 mai. 2020.

JACOB, Helena. Gastronomia, culinária e TV: um estudo do programa Que Maravilha! *In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2010. Caxias do Sul. *Anais* [...]. Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-1594-1.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2020.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
KUSUMOTO, Meire. Palmirinha Sobre Violência Doméstica: 'Estava Sempre Machucada'. *Veja*, 9 de Agosto de 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/palmirinha-sobre-violencia-domestica-estava-sempre-machucada/>. Acesso em: 30 jun. 2020.

LANE, Silvia T. Maurer. *O que é psicologia social*. São Paulo: Brasiliense, 1981.

LIGNELLI, César. Sonoplastia: breve percurso de um conceito. *In: Revista Ouvir ou Ver*. Uberlândia, v. 10, n. 1, 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. *Da leveza: rumo a uma civilização sem peso*. Barueri, SP: Manole, 2016.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

LOBO, Rita. Drauzio Entrevista|Rita Lobo. Entrevista concedida ao Dr. Dráuzio Varella para seu canal no YouTube, veiculada no dia 4 de dezembro de 2015. *Youtube*. 18 de maio de 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=obW9y6sdhCI>. Acesso em: 05 jan. 2021.

_____. Entrevista à Revista Gourmet. 2016.

_____. *Rita, Help! Me ensina a cozinhar*. 1.ed. São Paulo: Senac São Paulo e Panelinha, 2020.

_____. Com mais de 50 lives, Rita Lobo ensina a cozinhar na quarentena e confessa: 'nunca trabalhei tanto'. Entrevista concedida a Carla Bittencourt. *Extra*, Rio de Janeiro, 24 de maio de 2020. Disponível em: <https://extra.globo.com/mulher/com-mais-de-50-lives-rita-lobo-ensina-cozinhar-na-quarentena-confessa-nunca-trabalhei-tanto-24441813.html>. Acesso em: 20 jun. 2020.

MACIEL, Maria Eunice. *Identidade Cultural e Alimentação*. In: CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa Wanda Diez (Org.). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.

MALAR, João Pedro. Rodrigo Hilbert aparece fazendo origami e gera brincadeiras sobre seus talentos. *Estadão*, 18 de setembro de 2020. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/gente,rodrigo-hilbert-aparece-fazendo-origami-e-gera-brincadeiras-sobre-seus-talentos,70003443278>. Acesso em: 7 jan. 2021.

MAPA DE LONDRES. *O que é pub*: saiba tudo sobre essa instituição britânica. 2016. Disponível em: <https://mapadelondres.org/o-que-e-pub/>. Acesso em: 22 dez. 2020.

MATTOS, Maria Augusta Bastos de. *Dispersão e memória no cotidiano*. Tese (Doutorado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem, UNICAMP, Campinas, 1991.

MARQUIONI, Carlos Eduardo; ANDACHT, Fernando. Jogando com a comida: MasterChef e os recursos televisuais que tornam espetacular uma atividade ordinária. In: *E-compós*. Brasília, v. 19, nº 2, 2016.

MERCIER, Matheus. Casos de estresse, ansiedade e depressão disparam em meio à pandemia. *Estado de Minas*, Belo Horizonte, 13 de maio de 2020. Dis-

ponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/bem-viver/2020/05/13/inter-na_bem_viver,1146985/casos-de-estresse-ansiedade-e-depressao-disparam-em-meio-a-pandemia.shtml. Acesso em: 20 mai. 2020.

MIRIM, Banda. *Felizardo*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=heFO-COISKs&ab_channel=BandaMirim. Acesso em: 7 jan. 2021.

MUSSE, Christina Ferraz; VARGAS, Herom; NICOLAU, Marcos. *Comunicação, Mídias e Temporalidades*. Salvador: EDUFBA, 2017.

NETO, Luccas. *Banheira de Nutella*, de 10 de fevereiro de 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BlmecAwz1s>. Acesso em: 15 jun. 2018.

NETO, Luccas. *Luccas abrindo 50 Kinder ovos: mostrando os brinquedinhos*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0aTU1arOtN0&t=484s>. Acesso em: 05 jul. 2018.

NETO, Luccas. *Pizza de chocolate de 250 reais: Kinder ovo com Nutella*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dgzBMYk3fsQ>. Acesso em: 13 ago. 2018.

NUNES, Maria Lúcia Clementino. *História da arte da cozinha mineira por Dona Lucinha*. 4 ed. São Paulo: Larousse do Brasil, 2010.

OLIVIER, Jamie. Chef vai ensinar receitas para isolados por coronavírus na TV britânica. *UOL*, 20 de março de 2020. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/chef-vai-ensinar-receitas-para-isolados-por-coronavirus-na-tv-britanica-34768>. Acesso em: 29 de jun. 2020.

PEREIRA, Ana Tereza May; NODARI, Sandra. Telejornalismo e vestuário: uma análise de como as roupas e acessórios de jornalistas de televisão influenciam na notícia. *In: Revista Dito Feito*. v. 9, nº 15, 2018.

PESSOA, Fernando. *Odes de Ricardo Reis: obra poética III*. Porto Alegre: L&PM, 2011.

PHILIPPI, Sonia Tucunduva. *Pirâmide dos Alimentos: fundamentos básicos da nutrição*. Barueri, SP: Manole, 2008.

DRAMATURGIA DA ALIMENTAÇÃO

POLLAN, Michael. *Em defesa da comida*. Tradução de Adalgisa Campos da Silva. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca Ltda., 2013.

REIS, R. [PESSOA, F.]. Odes de Ricardo Reis. In: BUENO, A. (Org.). *Fernando Pessoa*: obra poética. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2001.

RIBEIRO, Mário Sérgio; POÇO, José Luís da Costa; PINTO, Alexandre de Rezende. A Inserção da Saúde Mental na Atenção Básica de Saúde. In: RIBEIRO, M. S (org.). *Ferramentas para Descomplicar a Atenção Básica em Saúde Mental*. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2007.

RICCO, Flávio. Reality de cozinha mais assistido, Mestre do Sabor terá Monique Alfradique. *UOL*, 05 de abril de 2020. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2020/04/05/reality-de-cozinha-mais-assistido-mestre-do-sabor-tera-monique-alfradique.htm>. Acesso em: 10 jun. 2020.

ROCHA, Debora Cristine. Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão. In: *E-compós*. Brasília, v. 12, nº 3, 2009.

ROURE, Glacy Queirós de. *Criança-objeto* – entre desejo e o gozo. (Tese em Doutorado). Campinas: UNICAMP, 2002.

RUUD, Even. *Caminhos da Musicoterapia*. São Paulo: Summus, 1990.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano*: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Ligia Amparo da Silva. Educação Alimentar e Nutricional no Contexto da Promoção de Práticas Alimentares Saudáveis. *Revista de Nutrição*, Campinas, v. 18, nº 5, p. 681-692, set-out. 2005.

SOUSA, Eneida Laís de Oliveira et al. Jamie Oliver E A Revolução Dos Alimentos: As Contribuições De Um Cozinheiro Para Pensar Educação Alimentar E Nutricional. *DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde*, v. 11, nº 4, p. 879-896, dez. 2016. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/view/15470/19074>. Acesso em: 22 de dez. 2020.

VARELLA, Drauzio. *Rita Lobo*: “Cozinhar é Libertador”. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=iUvLt_GS1Sk&feature=emb_logo&ab_channel=DrauzioVarella. Acesso em: 13 ago. 2018.

VEIGA, Tom. *Memória Globo*. 2020. Disponível em <https://memoriaglobo.globo.com/perfil/tom-veiga/perfil-completo>. Acesso em: 15 de jan. 2021.

WOLTON, Dominique. As contradições do espaço público mediatizado. *In*: Revista Comunicação e Linguagens, nº 21-22, Edições Cosmos Lisboa, dezembro, p. 167-187, 1995.

SOBRE A AUTORA

Tânia Bicalho é cantora, compositora e multi-instrumentista de Juiz de Fora, MG. Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal de Juiz de Fora é especializada em Docência da educação ambiental para cidadania e sustentabilidade, pela Universidade Gama Filho - RJ e especializada em Musicoterapia organizacional e hospitalar - FMU/São Paulo. Graduada em Letras e Nutrição iniciou, em 2022, especialização em Gastronomia contemporânea - Grupo Prominas.

Em 2011 fez uma pausa em suas atividades musicais ligadas à MPB - Música Popular Brasileira e passou a dedicar-se ao estilo que criou: a MPN - Música Popular Nutritiva. Entre 2012 e 2014, contratada pelo SESC Rio, realizou inúmeras palestras-show em escolas municipais e estaduais da Baixada Fluminense iniciando suas atividades que popularizam a ciência promovendo a importância da alimentação saudável e da preservação do meio ambiente/sustentabilidade. Para tanto, utiliza a música como ferramenta comunicacional.

Tânia Bicalho tem em sua discografia 04 CDs autorais: VIOLAzz, Tânia Bicalho, Mãos brasileiras e MPN - Música Popular Nutritiva. Durante a pandemia da covid-19 interrompeu suas viagens que promovem saúde através da MPN, porém foi contemplada pela Lei Aldir Blanc/MG/2021 lançando dois trabalhos em audiovisual que podem ser acessados em seu Canal no YouTube, o MPN - Música Popular Nutritiva.