

UNIVERSIDADE PAULISTA

**MODOS DE ENDEREÇAMENTO EM BOLETINS DE
GASTRONOMIA NO RÁDIO: Uma degustação de
palavras que convoca o ouvinte**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Paulista – UNIP para obtenção
do título de mestre em Comunicação.

CHRISTINA MONTUORI

SÃO PAULO

2015

UNIVERSIDADE PAULISTA

**MODOS DE ENDEREÇAMENTO EM BOLETINS DE
GASTRONOMIA NO RÁDIO: Uma degustação de
palavras que convoca o ouvinte**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP para obtenção do título de mestre em Comunicação, sob a orientação da Profa. Dra. Fernanda Mauricio da Silva.

CHRISTINA MONTUORI

SÃO PAULO

2015

Montuori, Christina.

Modos de endereçamento em boletins de gastronomia no rádio :
uma degustação de palavras que convoca o ouvinte / Christina
Montuori. - 2015.

195 f. : il. color. + DVD.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo,
2015.

Área de Concentração: Concentração e Cultura Midiática.

Orientadora: Prof.^a Dra. Fernanda Mauricio da Silva.

1. Gastronomia. 2. Rádio. 3. Boletins. 4. Modos de
endereçamento. 5. Cotidiano. I. Silva, Fernanda Mauricio da
(orientadora). II. Título.

CHRISTINA MONTUORI

**MODOS DE ENDEREÇAMENTO EM BOLETINS DE
GASTRONOMIA NO RÁDIO: Uma degustação de
palavras que convoca o ouvinte**

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

_____/____/____

**Profa. Fernanda Mauricio da Silva - Orientadora
UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP**

_____/____/____

**Profa. Dra. Simone Luci Pereira
UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP**

_____/____/____

**Prof. Dra. Genira Chagas Correia
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP**

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais Filippo e Josefa Montuori, e à minha irmã Carla Montuori Fernandes, meus incondicionais amores e princípio de tudo.

AGRADECIMENTOS

Deus que me concedeu o sopro da vida.

Aos meus amados pais, pela educação, pelo amor e pelos valores morais que sustentam a minha vida.

À minha adorada irmã, por ser a razão da minha vida!

Ao meu cunhado, que entrou na minha vida como um irmão.

À minha querida orientadora Profa. Dra. Fernanda Mauricio da Silva, que acreditou e me apoiou neste imenso desafio, fazendo meus olhos brilharem a cada linha deste trabalho.

À minha amada Sandra Mara Gomes, que ao longo de quase duas décadas, me apoia incondicionalmente com carinho, afeto e profissionalismo.

Às Professoras Doutoras, Genira Chagas Correia e Simone Luci Pereira, pelas participações e importantes direcionamentos em minha Banca de Qualificação.

Aos meus queridos amigos Fernando Leme e Thiago Sugano, pelo companheirismo, pelas risadas e pela confiança nestes dois dedicados anos, precursores das nossas vidas acadêmicas.

E, por fim, a todos meus amigos, parentes e pessoas que em alguns ou muitos momentos, me ouviram falar sobre este trabalho: afetuosos abraços!

*"[...] A gente não quer só comida
A gente quer comida
Diversão e arte
A gente não quer só comida
A gente quer saída
Para qualquer parte*

*A gente não quer só comida
A gente quer bebida
Diversão, balé
A gente não quer só comida
A gente quer a vida
Como a vida quer".*

(Arnaldo Antunes - Marcelo Fromer - Sérgio Britto - TITÃS)

RESUMO

A gastronomia é tema capaz de entrelaçar aspectos sociais, culturais e de entretenimento de quem saboreia ou se alimenta das iguarias transformadas por preparações culinárias. Sejam cotidianas ou com ares de requinte e sofisticação, a apresentação pode simbolizar um povo, uma cultura, uma época, um cotidiano. Entre os conceitos da fruição ou sobrevivência, esse modo de comer vincula-se a visitas a diferenciados ou exóticos restaurantes, indicações de viagens, curiosidades alimentares regionais e culturais distintas e inscrição em cursos. Ou incentiva leituras de revistas, jornais, livros ou assistir a programas audiovisuais. O estudo procurou seguir um caminho diferente, elegendo um veículo enaltecido da audição, para o que se apoia primordialmente no visual quando referido pelos *mass media*. Foi o rádio, e mais precisamente dois boletins gastronômicos, denominados *Pitadas de Gastronomia com István Wessel* e *Comida*, sonorizados por duas rádios de notícias, BandNews FM SP e CBN FM SP, coletados, respectivamente, em setembro e outubro de 2013, o *corpus* representativo das reflexões entre comida, cultura, cotidiano, requinte e comunicação. Para tanto, o trabalho ancorou-se em uma interdisciplinaridade ao olhar os produtos midiáticos supostamente direcionados aos ouvintes, agregando rádio e sua convergência digital, com a atual visualidade do meio de comunicação; reflexões entre alimentação e gastronomia, aproximadas ou distanciadas da cotidianidade; movimentos contemporâneos nacionais e internacionais da “arte de comer” e eventos festivos que a ela atestam centralidade. O cuidado na escolha do referencial analítico-metodológico atribuiu aos supostos modos de endereçamento, articulados por categorias conversacionais identificadas nos diálogos dos programetes, as desafiantes respostas das dúvidas propostas na dissertação. A conclusão revelou aspectos inegáveis das transformações que a gastronomia enveredou por décadas, aproximando-se do cotidiano dos sujeitos, mas que em alguns pontos ainda caminha em direção à inclusão das maiorias.

Palavras-chave: Gastronomia. Rádio. Boletins. Modos de endereçamento. Cotidiano.

ABSTRACT

The gastronomy is constituted as a subject able to weave the social, cultural and entertainment of those who taste or feed on the delicacies transformed by culinary preparations. Whether daily or with an air of refinement and sophistication, your presentations can symbolize a people, a culture, a time, a daily life. Among the concepts of enjoyment or survival, this way of eating is also linked with visitations of different or exotic restaurants, with travels, with different regional and cultural food, with enrollment in courses, or simply encouraging reading magazines, newspapers, books or watching audiovisual programs. Thus, this study sought to follow a different way, electing a radio, for something that relies primarily on visual, when referred by the mass media. It was the radio, and more precisely, two called gastronomic broadcast *Pitadas de Gastronomia com István Wessel* and *Comida*, transmitted by two news radio, FM BandNews SP and SP CBN FM, respectively, recorded in September and October 2013, the *corpus* of discussions between food, culture, daily life, refinement and communication. Therefore, this study is interdisciplinary for media products supposedly directed to his listeners, adding radio and your digital convergence technologies with the current visual media; the discussions between the food and gastronomy, rough or remote from everyday life; national and international contemporary movements of the "art of eating" and the festivities that give centrality to it. The careful in choosing the analytical and methodological framework attributed to the supposed "modos de endereçamento", with the conversational categories identified in the conversations of "boletins", challenging the answers of the questions proposed along this study. The conclusion pointed aspects of the transformations that gastronomy has shown for decades, approaching the people's everyday lives, but still walks toward the inclusion of the majority.

Key-words: Gastronomy. Radio. Modos de endereçamento. Daily life.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Homepage</i> da BandNews FM	45
Figura 2 - Seção Brasil (<i>website</i> BandNews FM)	46
Figura 3 - Reportagem de 05 de dezembro de 2014 (<i>website</i> BandNews FM)	47
Figura 4 - Colunista István Wessel e seus últimos áudios	48
Figura 5 - Perfil dos ouvintes da Rádio CBN, no portal da SGR	51
Figura 6 - Boletins no <i>website</i> da Rádio CBN FM	53
Figura 7 - Página principal na internet da Rádio CBN FM	54
Figura 8 - Notícia difundida em 06 de dezembro de 2014 (<i>website</i> CBN FM)	54
Figura 9 - Visualização do estúdio de São Paulo. Programa CBN São Paulo	55
Figura 10 - Acesso por <i>streaming</i> da programação radiofônica da CBN FM	56
Figura 11 - Acesso ao programa CBN SP com Fabíola Cidral	57
Figura 12 - Opções da seção <i>Serviços</i> na <i>homepage</i> da CBN FM	59
Figura 13 - Opções da seção <i>Blogs</i> na <i>homepage</i> da CBN FM	59
Figura 14 - Parte da página principal do <i>site</i> do <i>Comida</i> na internet	136
Figura 15 - Cabeçalho de uma reportagem do <i>site</i> do <i>Comida</i> na internet	160
Figura 16 - <i>Site</i> do boletim <i>Comida</i> na rádio CBN FM	161

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 - Programação Semanal CBN FM	52
Tabela 1 - Aberturas da Capa do Caderno <i>Comida</i> (FSP) e Boletim <i>Comida</i> (CBN São Paulo).....	137

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AM	Amplitude Modulada
BBC	British Broadcasting Corporation
CBN	Central Brasileira de Notícias
CNT	Central Nacional de Televisão
D.O.M.	Restaurante Domus Optimo Maximo
FGV	Fundação Getulio Vargas
FM	Frequência Modulada
FSP	Folha de S.Paulo
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
RSS	Really Simple Syndication
SBRD	Sistema Brasileiro de Rádio Digital
SGR	Sistema Globo de Rádio

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO 1 - RÁDIO DE NOTÍCIAS	22
1.1. Décadas áureas da radiodifusão sonora brasileira	24
1.2. Redes e segmentação no universo radiofônico	31
1.3. O rádio na era da convergência midiática	37
1.4. BandNews FM SP - <i>Em 20 minutos tudo pode mudar</i>	42
1.5. CBN FM SP - <i>A rádio que toca notícia</i>	49
CAPÍTULO 2 - DA ALIMENTAÇÃO PARA A GASTRONOMIA	61
2.1. Alimentação e primeiras disputas históricas	63
2.2. Gosto e percursos gastronômicos	69
2.3. Movimentos contemporâneos na gastronomia ou nova gastronomia?	77
2.4. Gastronomia brasileira e mundializada	81
2.5. Miscelâneas gastronômicas (mídia, eventos de rua e rádio)	89
CAPÍTULO 3 - REFERENCIAIS METODOLÓGICOS	96
3.1. Modos de endereçamento no ambiente sonoro?	96
3.2. Categorias para análise da conversação	100
3.3. <i>Corpus</i> da pesquisa	108
CAPÍTULO 4 - OS BOLETINS GASTRONÔMICOS NO RÁDIO	111
4.1. <i>Pitadas de Gastronomia com István Wessel</i> - BandNews FM SP	111
4.2. Endereçamentos do <i>Pitadas de Gastronomia com István Wessel</i>	125
4.3. <i>Comida</i> - CBN FM SP	132
4.4. Endereçamentos do <i>Comida</i>	153
CONSIDERAÇÕES FINAIS	163
REFERÊNCIAS	171
GLOSSÁRIO	179
ANEXOS	181

INTRODUÇÃO

Dentre os principais meios de comunicação estabelecidos numa sociedade ao longo de sua respectiva época, o rádio, e mais precisamente uma programação radiofônica no formato de boletim¹ foram o veículo e o formato comunicativos escolhidos para abordar um assunto pouco explorado no campo auditivo: a gastronomia. Sem estabelecer suspense sobre os objetos analisados, os programetes de duas rádios de notícias paulistanas - CBN FM SP e BandNews FM SP - o *Comida* e o *Pitadas de Gastronomia com István Wessel*, respectivamente, permitiram serem dadas vozes às reflexões que procuraram entrelaçar comida, sociedade, cultura e comunicação.

Tarefa mais do que provocante. Afinal, a aderência entre rádio e gastronomia mostrou singularidade desde o princípio, quando um primeiro levantamento sobre a correlação entre eles pareceu não concentrar muitos estudos, pois pesquisas selecionadas os colocavam sob olhares de outros meios de comunicação de massa, como aquele que envolveu a mídia impressa especializada em revista, da pesquisadora Helena Jacob (2006), mostrando o processo de representação da comida brasileira na revista *Claudia Cozinha*, ou o de Ana Beatriz Bueno Ferraz Costa (2009), que a partir de análises das capas da revista *Gula* abordou como a comunicação midiática da alimentação formou valores socioculturais.

A fotografia foi igualmente avaliada para o artefato em questão. Antonio Roberto Chiachiri Filho (2008) discutiu a gastronomia como signo visual, capaz de apresentar um repertório cultural de efeito persuasivo ao receptor, por meio da mensagem publicitária, ou o destaque para a mídia impressa (jornal), com a difusão dos valores simbólicos que atestavam prestígio aos indivíduos, ávidos por *status* e distinção social, por meio do consumo da gastronomia, como tema principal dos estudos de Paula Malatian Brait (2010), ao analisar o Caderno *Paladar*, do jornal *O Estado de S.Paulo*.

O doutoramento de Helena Jacob (2013) investigou a construção das linguagens da gastronomia e da culinária e a importante abrangência no universo midiático contemporâneo (revistas, programas de televisão, propagandas

¹ Os boletins são curtos programas, com duração de poucos minutos. O formato de programação procura evitar que o ouvinte troque de estação de rádio, caso não esteja interessado no assunto anunciado. Os boletins são igualmente chamados de programetes ou “pílulas” (dropes) (PRADO, 2006).

publicitárias, etc.). A autora destacou a mídia impressa e televisiva comunicando o alimento, influenciadora da relação simbólica entre ele e as pessoas, além de concluir como a gastronomia se transformou em uma mídia independente (gerando o termo *Gastronomídia*), tamanha a importância comunicativa e cultural de sua atuação.

Atualmente, as emissoras de televisão têm grande número de programas do gênero gastronômico ou culinário na grade de programação. Sinval do Espírito Santo Neto (2009) desenvolveu um trabalho ressaltando os programas culinários e gastronômicos dos canais de TV aberta e fechada, entre maio e agosto de 2008, detalhando diferenças estruturais e públicos-alvo para ambos.

Entretanto, para o ambiente de radiodifusão sonora não foram localizados estudos diretamente correlacionados com conteúdos gastronômicos ou preparações culinárias nos últimos dez anos. Efetuando buscas em bases de dados como EBSCO, Scielo, Periódicos Capes e Google Acadêmico, com os termos gastronomia, comida, rádio, radiodifusão, *gastronomy*, *food*, *radio*, combinados de diferentes formas entre si, de 2004 a 2014 foram localizadas pesquisas dedicadas aos valores nutricionais ou às condições higiênico-sanitárias dos alimentos, no formato educacional (RODRIGUES; VASCONCELLOS, 2007) ou, ainda, pesquisa sobre a atuação do meio radiofônico no processo de conhecimento e divulgação da alimentação e higiene para combater a mortalidade infantil no período da Segunda República da Espanha, de 1933 a 1935 (MESTRE; LOPEZ; SANCHEZ, 2011).

Mas por que a gastronomia? Ela revela-se hoje assunto de grande visibilidade nos meios de comunicação. Com seu lugar de destaque no mundo midiático, vários são os programas de televisão, rádio, revistas, livros, jornais e *blogs* que abordam o tema das mais variadas formas, desde as preparações sofisticadas e com ingredientes inusitados até a alimentação cotidiana. Os limites ultrapassam o modo como um alimento pode ser preparado ou ingerido, e envolvem sugestões para visitação de lugares, países, utilização de iguarias e ingredientes de culturas díspares, cursos ou palestras orientados àqueles que querem adentrar o universo *gourmet*, sendo, portanto, inúmeras as formas de “saboreá-la”. A fruição do assunto ganhou significativo espaço midiático e vários são os canais de difusão que utilizam a gastronomia como forma de diversão e entretenimento.

Porém, não apenas os contextos relacionados à diversão e ao entretenimento foram pautados para as preparações culinárias. Afinal, nada é tão cotidiano quanto o

ato de comer. Além do caráter agregador e divulgador da cultura entre os povos, é ato de sobrevivência humana.

A gastronomia inseriu-se no processo de transformação da linguagem da cozinha, revelando faces culturais, históricas, econômicas e sociais do alimento na era contemporânea. O alimento transformado em preparação culinária trouxe consigo uma linguagem própria e, como tal, espaço adequado dentro da exposição midiática (JACOB, 2013).

Com a breve contextualização, o ambiente radiofônico foi intencionalmente selecionado por sua competência efetiva dos *mass media*, o alcance massivo e a atual aderência aos formatos digitais, apresentando-se como desafio para um tópico que pouco explora a audição. Contudo, particularmente o direcionamento aqui proposto voltou-se para o modo urbano, o cotidiano e à forma como os boletins sonorizou a gastronomia.

Para o rádio, com completos 90 anos de história, a última década observou um avanço tecnológico do modelo convencional, lado a lado com a evolução da internet e o surgimento de novas plataformas de áudio. Praticamente todas as emissoras de radiodifusão sonora possuem um *site*, mesmo muito básico, na rede mundial de computadores, e produzem conteúdos radiofônicos para as plataformas móveis, ouvidos por aparelhos de áudio portáteis e telefones celulares (PAULA, 2012).

Mas para situar-se nessa modernidade, o rádio, introduzido na capital federal na década de 20, como elemento considerado modernizador pela elite brasileira, responsável pela sua execução, seguiu o seu primeiro movimento em território nacional com programação marcada por conferências literárias, artísticas e científicas, quadros infantis, poesia, música erudita e instrumental e raras notícias de interesse geral. A “erudição”, valorizando a alta cultura, foi de encontro ao potencial do rádio mercantilista, orientado ao negócio e consolidado pela veiculação da publicidade em 1932. O embate estabeleceu-se entre o idealismo dos pioneiros, como Edgard Roquete-Pinto, que defendia o novo meio de comunicação como processo educador, cultural e com caráter progressivo, e os primeiros empresários do setor (FERRARETTO, 2008).

Ao indicar o serviço que o rádio prestou à grande massa, à medida que sua técnica de transmissão evoluía e alcançava longas distâncias, Walter Sampaio considerou que não seria exagero afirmar que a programação, principalmente

direcionada ao jornalismo, encontrava aceitação em todos os níveis etários e graus de instrução, “satisfazendo as necessidades mínimas de um público receptor heterogêneo”. O autor completou,

[...] Na verdade, essa preferência teve como fato preponderante o advento da televisão, que forçou o Rádio a buscar uma nova linguagem de programação para sobreviver, o que redundou no estímulo da indústria da música (disco) e no radiojornalismo, principalmente no sistema intensivo, com muitos boletins de curta duração (SAMPAIO, 2008, p. 38).

E o rádio, com a proposta originária de conferir impacto “tanto no homem já disciplinado pelas rédeas de alfabetização, como naquele rebelde analfabeto” (SAMPAIO, 2008, p. 37), teria elegido um diálogo acessível às maiorias quando envolvido com a gastronomia? Afinal, onde se entrecruzaram os caminhos, sobretudo na atualidade?

Sob essas condições, foram os textos verbais das rádios de notícias selecionados e analisados dos programetes que procuraram responder ao tema central da pesquisa: como eles convocaram uma audiência preferencial dos ouvintes, ao levar em conta a enunciação do produto midiático, que supostamente endereçou posições que os sujeitos poderiam assumir ao ouvi-los?

Apoiando o mote principal, as ações de transcrever, decompor em frases e avaliar os textos verbais dos boletins gastronômicos e o apoio que a convergência do rádio com outras mídias digitais, em especial as presentes em *sites* na internet e *blogs*, ampliando o entendimento dos ouvintes, foram norteadores das reflexões que se seguem.

O entrelaçamento entre rádio e gastronomia percorreu campos de discussões que almejam evidenciar a relação entre as preparações alimentares, elaboradas com certo requinte, e as que se aproximaram do cotidiano (CERTEAU; GIARD; MAYOL, 1996; CERTEAU, 1998), marcadamente urbanas, adicionadas aos assuntos jornalísticos que pautaram o mundo *gourmet*, para perceber as principais interações entre pessoas e alimentos. Posicionados em diversos espaços sociais e culturais (POULAIN, 2013), transitaram entre saciar a fome e o hedonismo da alimentação. O rádio, apoiado pela convergência midiática com os formatos digitais presentes nos boletins de gastronomia (HAUSSEN, 2004; HERREROS, 2008, 2011; PRATA, 2008; DEL BIANCO, 2012), com oralidade, visualidade e heterogeneidade de textos em circulação (MARTÍN-BARBERO; REY, 2013), estruturados numa troca

de palavras dentro de uma conversação (SILVA, 2010), e avaliados por meio da metodologia dos modos de endereçamento (ELLSWORTH, 2001; GOMES, 2004*ab*, 2005, 2007, 2011; ROCHA, 2010) e operacionalizados por categorias conversacionais (BRAGA, 1994), procurou sonorizar o “modo de comer bem”.

A dissertação foi dividida em quatro partes referentes aos capítulos, que com os respectivos referenciais teóricos centrais compuseram interdisciplinarmente a construção das respostas aos aspectos surgidos em seu desenvolvimento. O primeiro capítulo, destinado ao rádio, à contextualização da sua história e às características como meio de comunicação de massa, apoiou-se em Gisela Ortriwano (1985, 2003), Luiz Artur Ferraretto (2001), Renato Ortiz (2001), Jesús Martín-Barbero e Rey (2001) e Jesús Martín-Barbero (2013), entre outros pesquisadores.

Gisela Ortriwano (1985, 2003) e Luiz Ferraretto (2001) embasaram os pontos fundamentais da história do veículo de comunicação desde os primórdios até a segmentação e a formação dos grandes conglomerados no país, fornecendo subsídios interpretativos para compreender adaptações e transformações que o rádio enfrentou, relacionando-o com as fases econômicas, políticas e sociais brasileiras. As substanciais contribuições ampararam-no como aparato político para favorecer governos autoritários brasileiros ou como oposição ao modelo governamental, alteração com a chegada da televisão, segmentação e surgimento das rádios de frequência modulada. Reagiu assim à crescente queda do montante publicitário e se direcionou a uma população cada vez mais heterogênea, além da formação das grandes redes de radiofonia, com subsídios capazes de traçar o percurso da efervescente reestruturação do ambiente de radiodifusão sonora brasileira.

Com Renato Ortiz (2001), o diálogo manteve-se em torno das características do rádio brasileiro, nas décadas de 30 e 40. Apesar de conter o ideal construtivo de uma radiodifusão nacional e representante do Estado, apresentava-se em fase de crescimento comercial, atrelado financeiramente à publicidade privada e à grade de programação marcadamente local, no eixo São Paulo e Rio de Janeiro.

Jesús Martín-Barbero forneceu argumentos para pensar a singularidade da comunicação na América Latina, identificando a cultura de massa como a primeira que possibilitou o diálogo entre as diferentes camadas sociais, viabilizada pelo momento de grande movimentação dos produtos midiáticos, indicando a

impossibilidade de uma sociedade chegar “a uma completa unidade cultural” sem haver a circulação (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 67).

O autor contribuiu indicando a mediação do rádio, no Brasil, entre as culturas rurais tradicionais e a nova cultura urbana da sociedade de massa, que incorporaram e se apropriaram da modernidade em cumplicidade com a oralidade e a visualidade, propondo uma segunda alfabetização para a população, a partir de múltiplos textos presentes no mundo audiovisual (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001), e a “pluralização funcional”, em confluência com a segmentação do veículo, com falas diferenciadas aos receptores, categorizando-os como espectador, torcedor, jovem, mulher etc. (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 254).

Ao tratar a convergência do rádio com outros formatos digitais e os modos de interação, a fundamentação adveio de Mariano Cebrián Herreros (2008, 2011), Nair Prata (2008, 2012), Nelia R. Del Bianco (2012) e Martín-Barbero e Rey (2001), primordialmente.

Mariano Cebrián Herreros (2008, 2011) corroborou discutindo a proximidade do rádio com as multiplataformas de comunicação, permitindo a coexistência entre modelos convencionais e emergentes, como as plataformas de internet e de telefonia celular, além de discutir as possibilidades da radiodifusão sonora contemporânea diante dos formatos digitais, impulsionando uma autêntica interação comunicativa do rádio.

Nair Prata (2008, 2012) e Nelia R. Del Bianco (2012) fundamentaram as discussões sobre o rádio na chamada pós-modernidade, que associou imagens, hipertextos, fotografias, *links* e movimento à sua forma convencional e sua presença na rede mundial de computadores, ao manter um espaço na internet. Ponderou-se sobre conceitos no ambiente radiofônico na era da convergência digital, possibilidades de interação e novos hábitos de consumo dentro do cenário brasileiro, atrelados aos limites das inovações tecnológicas presentes nos objetos analisados por este trabalho, como a possibilidade de difusão da programação de rádio por *streaming*, gravação dos programetes no formato *podcast*, apoio dos textos, vídeos, fotos e imagens presentes nos *websites* das rádios².

Parte da convergência digital na qual o rádio convive atualmente dialogou com Martín-Barbero e Rey (2001) por meio das características tecnodiscursivas que

² Termos técnicos empregados para o rádio e a sua convergência midiática digital estão descritos no glossário.

propuseram transformações no modo de ler, ao inserir uma heterogeneidade de textos em circulação, como imagens, hipertextos e som, observando que a visualidade eletrônica é parte essencial da visibilidade cultural. A finalização do capítulo deu-se com histórias, estruturas, programações e convergência com mídias digitais das duas rádios nacionais, a BandNews FM SP - 96,9 e a CBN FM SP - 90,5, ambas com formato *all news*, que transmitem respectivamente os boletins gastronômicos *Pitadas de Gastronomia com István Wessel* e *Comida*.

O segundo capítulo foi destinado ao universo comunicacional, social e cultural da gastronomia. Assunto majoritariamente novo no universo acadêmico e teórico, a pesquisa sustentou-se em autores como Luce Giard (1996) e Michel de Certeau (1998) abordando o cotidiano, dentro do cenário do cozinhar e Jean-Pierre Poulain (2013) com a sociologia da alimentação, entrelaçando comedores e o espaço social alimentar. As primeiras disputas na história na alimentação, com Edgar Morin, ao tratar a relação do homem com as primeiras transformações sociais, advindas da coleta de raízes, sementes e frutos, e depois como caçador de animais (MORIN, 1975), e Claude Lévi-Strauss (2004), com a obra *O Cru e o cozido*, observando as transformações sociais com o modelo primitivo da alimentação. A comunicabilidade do alimento em sintonia com lazer, entretenimento e meios de comunicação, sobretudo na atualidade, e as relações com a cultura, encontraram respaldo em Helena Jacob (2006, 2010, 2012, 2013).

As narrativas percorreram os banquetes no mundo clássico, preparações culinárias e vínculos com a dietética e ordens religiosas na Idade Média (MONTANARI, 1998; FRANCO, 2001; CARNEIRO, 2003). O conceito do gosto transportado das artes para a mesa no período de transição entre a modernidade e a contemporaneidade, como modelo de distinção e aproximado da cozinha da elite (BOURDIEU, 1993, 2007; GIARD, 1996; ELIAS, 2011; MARTÍN-BARBERO, 2013), percorrendo sobre preceitos da gastronomia, surgimento dos primeiros restaurantes e gastrônomos alinhados com os movimentos mundiais, denominados *haute cuisine* e *novelle cuisine*, chegando-se à homogeneização das preparações alimentícias, dos *fast foods*, da *world cuisine* e das cozinhas regionais e afetivas (POULAIN, 2013; JACOB, 2013). A gastronomia nacional e mundializada, com características de expressividade, foram discutidas a partir de um *chef* brasileiro internacionalmente reconhecido, que sintetiza os modernos movimentos do segmento, mais o particularismo brasileiro destacado pelos primeiros trabalhos científicos sobre a

alimentação nacional, remontando aos primórdios do século 20 (FREIRE, 1997^{ab}; CASCUDO, 2011) até a sua contemporaneidade. As finalizações das reflexões incluíram os eventos de rua, a importância midiática e uma sintética discussão sobre a oralidade do rádio, baseando-se nas estruturas formadoras dos boletins (JACOB, 2013; MARTÍN-BARBERO; REY, 2001).

O terceiro capítulo foi destinado ao referencial metodológico e analítico, estabelecendo diálogo entre os modos de endereçamento proposto por Elizabeth Ellsworth (2001) e as categorias conversacionais de José Luiz Braga (1994), para averiguar as expressões verbais do produto midiático, capazes de convocar uma audiência preferencial dos ouvintes, pressupondo determinado público que se interessa por eles.

Como identificar o modo que o rádio conseguia endereçar o ouvinte, ao proferir expressões de falas capazes de fazê-lo compreender um tema que utiliza o visual com condição primordial? Os preceitos dos modos de endereçamento³ propõem que um produto midiático comunica-se com sua audiência não apenas por meio dos textos enunciados, mas, sobretudo, com os usos que os receptores fazem em sintonia com a experiência social e cultural, real ou imaginária (ELLSWORTH, 2001). Em outras palavras, no processo produtivo as expressões textuais conduziram as várias posições que um sujeito é capaz de assumir ao ler esse produto midiático (dentro de um contexto social e cultural), convocando uma audiência preferencial. Nas palavras de Simone Rocha (2010, p.8), o modo de endereçamento é uma “estratégia que olha de modo mais efetivo para o lugar da cultura no processo produtivo”. Vale destacar que a análise concentrou-se nos pressupostos dos enunciados proferidos pelo produto boletins de gastronomia para os seus imaginados públicos, pois mensurar a recepção exigiria íntima aproximação com os receptores, no caso, os ouvintes, não contemplada neste trabalho, permanecendo como intenção para futuras pesquisas⁴.

³ No Brasil, um significativo grupo de pesquisadores coordenados pela professora Itania Gomes, do PPGCOM/UFBA, há aproximadamente 12 anos investe em sólidas pesquisas de análises de programas do telejornalismo brasileiro, utilizando o conceito de modos de endereçamento como parte do esforço na construção de uma metodologia capaz de investigar as formas e as práticas culturais presentes nas relações entre cultura e comunicação.

⁴ Ações foram empreendidas para confirmar o público ouvinte da BandNews FM. Em um primeiro momento, houve buscas pela informação em *sites*, depois por meio de correio eletrônico com o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), que prontamente respondeu que apenas contribuía com informações disponibilizadas em seu endereço na *web*. Posteriormente, houve

Por fim, a interação entre aqueles que participaram dos boletins de gastronomia nas rádios acontecia sob a forma conversacional, naturalizando as falas e conferindo espontaneidade ao meio sonoro. No sentido de apoiar a análise dos modos de endereçamento, os dispositivos conversacionais de José Luiz Braga (1994) sugeriram interessante elo entre eles. Na visão do autor, ao participar de uma conversa, as pessoas empregam termos de experiências anteriores que reduzem esforços de entendimento, e que os contextos culturais peculiares de uma sociedade auxiliam as trocas de palavras (BRAGA, 1994).

As categorias conversacionais propostas por Braga (1994) e utilizadas nesta pesquisa foram a vez de falar; os movimentos para início e fim de troca (duração global); papéis e relações entre os participantes; quadros, territórios, meios; graus de formalização, controles, institucionalização; assuntos, temas, matérias, número de participantes e possibilidade de participar.

Ainda neste capítulo foi apresentado o *corpus* da pesquisa, com os pormenores dos períodos de gravações e as descrições dos boletins gastronômicos *Pitadas de Gastronomia com István Wessel*, da Rádio BandNews FM SP, e *Comida*, da Rádio CBN FM SP. Ele compreendeu os radiotransmitidos nos meses de outubro e novembro de 2013, nas manhãs de quarta e sexta-feira, pois o *Comida* é transmitido em dois dias da semana, às 10h50, simultaneamente pelas ondas convencionais de radiofrequência e por *streaming* no *site* da rádio, parceria do jornal *Folha de S.Paulo* e a Rádio CBN FM SP, desde maio de 2011.

O boletim *Pitadas de Gastronomia com István Wessel*, da Rádio BandNews FM SP, está no ar de segunda a sexta-feira, às 11h37, 18h15 e 1h37, desde maio de 2005, transmitido convencionalmente pelo rádio e *streaming*. O colunista István Wessel, como principal protagonista, possui a tradição gastronômica familiar veiculada ao ramo de carnes. Os detalhes de ambos finalizaram o terceiro capítulo.

O último capítulo foi destinado às análises dos programetes, iniciando com a aplicação das categorias conversacionais, identificadoras das marcas textuais, capazes de endereçar supostas posições que poderiam gerar uma audiência preferencial dos ouvintes, em conjunto com a convergência digital que o ambiente de radiodifusão sonoro possui atualmente.

Os detalhamentos dos âncoras dos programas de radiojornalismo, colunistas e integrantes que participaram dos boletins, espontaneidade na estrutura conversacional dos programetes, capacidade de expressar-se diretamente com o ouvinte, integrando-o ao assunto, possibilidade de as falas conferirem ensinamentos ou convocarem uma experiência anterior do indivíduo e as possibilidades de acesso dos programetes fora da programação linear do rádio foram os principais itens analisados e identificados no texto verbal. Para melhor entendimento dos objetos, os anexos contendo alguns dos boletins transcritos foram adicionados ao final do estudo.

As análises procuraram demonstrar que ao utilizar primordialmente a linguagem verbal, num curto espaço de tempo o produto midiático permitiu possibilidades de endereçar à recepção, sugestionando certa familiaridade do ouvinte com o tema. A dissertação se encerrou com as considerações finais, que procuraram responder às dúvidas do desafiante trabalho e colocar as futuras intenções de continuidade.

Uma importância pessoal mereceu registro nessa seção da pesquisa. Afinal, "navegar por águas desconhecidas" fez das dificuldades um singular crescimento, tanto acadêmico, quanto humano. Ânimo, coragem, questionamentos, intensas discussões e introspecção foram alguns dos muitos sentimentos escondidos (ou revelados?) nas entrelinhas das descrições e das argumentações.

Assim, seguiram-se os capítulos que procuraram descrever como a gastronomia foi sonorizada pela "voz" de dois boletins de rádio, e que inevitavelmente, alterou a forma de pensar e de sentir da autora que aqui se fez intensamente presente.

CAPÍTULO 1 - RÁDIO DE NOTÍCIAS

Ao relatar o percurso do rádio, o objetivo é contextualizá-lo em sua existência e permanência como expressivo veículo de comunicação midiático brasileiro. Como aparelho considerado símbolo de status, distinção social e peça de mobília indispensável para as famílias reunirem-se ao seu redor, e veículo de comunicação marcado por intensas discussões sobre a estabilidade, ao surgir a televisão a trajetória considerou pontos relevantes, como a renovação nos anos 60, por meio da miniaturização dos receptores, tornando o equipamento portátil, introdução da frequência modulada (FM), formação das redes de rádio, segmentação e grandes conglomerados dos *mass media* estabelecidos nas décadas de 70 e 80, para encontrar sua atual relação com a rede mundial de computadores.

A liberdade que o aparelho adquiriu, ao distanciar-se dos fios e das tomadas, tornando-se companheiro do ouvinte onde quer que ele esteja (MARTINS, 2008), desembocou no contemporâneo cenário de alta mobilidade do mesmo sujeito, que consome uma programação radiofônica por meio de equipamentos tocadores de áudio (aparelhos telemóveis multifuncionais e computadores, por exemplo), e não apenas pelos convencionais captadores de ondas sonoras. Para algumas rádios, conteúdos radiofônicos estão à disposição em formato digital para serem gravados (o *podcast*) e ouvidos em qualquer momento do dia, e transmitidos por *streaming* pela internet, em simultaneidade à forma convencional.

Com mais de 90 anos de história no Brasil, pesquisa do governo federal de 2010 demonstrou que o hábito de ouvir rádio alcançava 80,3% da população⁵. Um ano depois, amplo panorama do Ibope indicou que sua audiência média era composta de 15% da população para frequência modulada (FM) e 3% para amplitude modulada (AM), com índices mais baixos de escuta entre os jovens de 20 a 29 anos, que buscavam a internet. O consumo da AM permanecia inalterado na faixa etária de 45 a 49 anos, sendo os ouvintes pertencentes à classe C os que mais escutavam as rádios nas faixas de frequência no *dial* (DEL BIANCO, 2012).

⁵ O dado revelou, segundo a pesquisadora, apenas a penetração do meio, e não a audiência (DEL BIANCO, 2012).

Desde o surgimento oficial em 1922, com o pronunciamento do presidente da República Epitácio Pessoa e a ópera O Guarani, de Carlos Gomes⁶, até sua produção de conteúdo radiofônico em formato digital transmitido por meio de aparelhos díspares do rádio convencional, a trajetória manteve estreita associação com os principais avanços dos meios de comunicação nacional e atenção com a audiência.

Há momentos significativos nos primórdios da radiodifusão sonora no Brasil. Um deles, a inauguração da primeira rádio brasileira, a Rádio Sociedade Brasileira, por Roquette Pinto⁷, em 1923, com programação radiofônica voltada à elite do país (ABERT, 2012). Em seguida, o início da transformação da situação elitista da década de 30, com a introdução dos rádios de válvulas, que baratearam os custos de produção e viabilizaram sua aquisição pela população (ORTIZ, 2001). Além das décadas de 40 e 50, quando a programação influenciava a opinião pública, vendia produtos e conquistava ouvintes. São caminhos históricos das primeiras vivências.

Compreendido como fonte de lazer, destacando os programas de auditório, radioteatro, radionovela, jornalismo e humorísticos, reinou absoluto até por volta de 1955, quando a televisão começou a “incomodar” (ALBUQUERQUE, 1996). Contudo, na década de 60, a disseminação do rádio portátil, com o transistor, ampliou a possibilidade da reportagem de rua como parte do seu cotidiano (HAUSSEN, 2004 *apud* LOPES, 2012). Era uma programação atrativa, com barateamento dos custos de produção. Nesse instante o rádio transitou de um veículo de informação familiar para moldar-se ao individual, marcando a resistência e a força comunicadora (ABERT, 2012).

Os escritos a seguir procuraram dar visibilidade à significativa história do veículo e de duas rádios de notícias, a BandNews FM SP - 96,9 e a CBN FM SP -

⁶ Carlos Gomes, um dos primeiros compositores nacionais a ganhar notoriedade no exterior. Sob influência do seu pai, aos 20 anos tocava vários instrumentos e ministrava aulas de música. Compositor brasileiro de óperas, estudou na Europa, com influência italiana de Giuseppe Verdi. Em 1870, aos 34 anos, estreou no Teatro Scala de Milão sua ópera mais conhecida, O Guarani, baseada no romance homônimo de José de Alencar. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/sobre/cultura/musica/carlos-gomes-1836-1896>>. Acesso em: 01 jun. 2013.

⁷ Roquette Pinto (1884/1954) foi um médico legista, professor, antropólogo, etnólogo e ensaísta brasileiro. Inaugurou a primeira rádio brasileira (Rádio Sociedade do Rio de Janeiro), com Henrique Morize (1860/1930), engenheiro industrial, geógrafo e engenheiro civil francês, naturalizado brasileiro; Morize foi o primeiro presidente da Academia Brasileira de Ciências (ABERT, 2012).

90,5, que transmitem os boletins gastronômicos⁸ estudados por este trabalho, para lançar uma pergunta: onde se entrecruzam os universos desse meio de comunicação de massa e o da gastronomia, sobretudo na contemporaneidade?

1.1. Décadas áureas da radiodifusão sonora brasileira

A radiodifusão sonora brasileira foi oficialmente registrada na comemoração do 1º Centenário da Independência do Brasil, a 7 de setembro de 1922, com o pronunciamento do presidente Epitácio Pessoa e a ópera O Guarani, transmitidos do Rio de Janeiro e captados em Niterói, Petrópolis e São Paulo (ABERT, 2012). Antes, porém, registros de ensaios em 1919 no Recife, com equipamento importado da França, marcaram a inauguração da Rádio Clube de Pernambuco, por Oscar Moreira Pinto, demonstrando, portanto, experiências de transmissões radiofônicas anteriores a 1922, conforme observaram Gisela Ortriwano (1985) e Luiz Artur Ferraretto (2001).

Após a inauguração oficial do presidente da República em 1922, o veículo comunicativo tinha como programação óperas transmitidas diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro, as quais logo cessaram por não haver condições de continuidade. Considera-se, portanto, 20 de abril de 1923 a data efetiva da radiodifusão sonora no Brasil, quando a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquete Pinto e Henry Morize, passou a operar, com nítido propósito educativo (ORTRIWANO, 1985).

Em um cenário concisamente relatado, detectou-se um meio de comunicação que atingia pequena parcela da população brasileira: a elite. Destinado aos indivíduos com poder aquisitivo capaz de obter aparelhos receptores no exterior, era mantido por mensalidades pagas por sócios, eventuais doações de entidades públicas e privadas, difusor de óperas, recitais de poesia, concertos e palestras culturais. Nas palavras de Gisela Ortriwano, o rádio nasceu “como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruístas” (ORTRIWANO, 1985, p. 14).

Segundo Renato Ortiz, o rádio brasileiro até 1935 estava organizado basicamente numa forma não comercial, formado por grupos sociais e clubes que

⁸ Os boletins gastronômicos são o *Comida* (Rádio CBN FM SP - 90,5) e o *Pitadas de Gastronomia com István Wessel* (Rádio BandNews FM SP - 96,9).

difundiam uma programação erudita e de cunho lítero-musical. Os poucos aparelhos eram usufruídos por ouvintes pagantes de taxa contributiva ao Estado, sendo a década de 20 considerada fase de experimentação do veículo “mais amparada no talento e na personalidade de alguns indivíduos do que numa organização de tipo empresarial” (ORTIZ, 2001, p. 39). Gisela Ortrivano, ao citar André Casquel Madrid, narrou que a realidade brasileira do decênio de 20 não o caracterizava como entretenimento de massa, pois não sendo difusor da cultura popular, era considerado um “veículo de formas de diversão individualista, familiar ou particular, muito pouco extensivas” (MADRID, 1972, p.32-39 *apud* ORTRIVANO, 1985, p. 14).

A política econômica das décadas de 20 e 30 registrou intensos acontecimentos que influenciaram e alteraram os padrões da radiofonia brasileira. Havia uma efervescência política no país, advinda dos imigrantes europeus, que aqui estavam impelidos pela devastação que a Europa enfrentava com o final da Primeira Guerra Mundial. Traziam na bagagem ideais anarquistas e comunistas. Devido ao conflito de magnitude mundial, a indústria nacional viu-se obrigada a produzir o que antes importava, impulsionando o movimento sindical no eixo Rio-São Paulo, pelo grande número de indústrias na região, favorecido pelo êxodo do homem do campo para os grandes centros urbanos. Não obstante, a economia brasileira, centralizada na produção cafeeira, enfrentava dificuldades, agregando mais tarde os reflexos da crise da Bolsa de Nova Iorque, em 1929 (FERRARETTO, 2011).

As condições favoreceram a Revolução de 1930⁹ e conduziram à presidência da República Getúlio Vargas, levando o rádio a uma fase na qual começou a ser pensado não apenas como forma educativa¹⁰, mas veículo de comunicação lucrativo. Quando a publicidade foi regulamentada em 1932, viabilizando seu

⁹ A Revolução de 30 foi um movimento revolucionário contrário ao governo oligárquico vigente naquela época no Brasil. Tendo como pano de fundo o processo de industrialização e valorização dos centros urbanos, o movimento colocou no poder Getúlio Vargas, que tinha como ideal incentivar o processo de industrialização brasileira para superar os problemas econômicos nacionais (CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DA FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 1983).

¹⁰ A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquete Pinto, apesar do viés elitista do cenário nacional para o rádio, tinha como objetivo a vontade de modificar a realidade da época, sendo seu primeiro *slogan* “trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”. Na concepção de Roquete Pinto, “o rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, desde que o realizem com espírito altruísta e elevado” (FERRARETTO, 2001, p. 97).

potencial mercantil, havia espaço para estruturá-lo dentro de um modelo comercial, pois desde 1923 estava presente em diversos Estados, como Bahia, Ceará, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo (FERRARETTO, 2001).

O decreto de 1º de março de 1932, autorizando a publicidade na ordem de 10% da programação¹¹, permitiu haver uma fase na qual as rádios começaram a se organizar como empresas para disputar mercados. A preocupação educacional foi concedendo espaço a interesses mercantis, conforme observou Gisela Ortriwano,

A introdução de mensagens comerciais transfigura imediatamente o rádio: o que era "erudito", "educativo", "cultura" passa a transformar-se em "popular", voltado ao lazer e à diversão. O comércio e a indústria forçam os programadores a mudar de linha: para atingir o público, os "reclames" não podiam interromper concertos, mas passaram a pontilhar entre execuções de música popular, horários humorísticos e outras atrações que foram surgindo e passaram a dominar a programação. (ORTRIWANO, 1985, p.15)

O posicionamento da autora sobre o erudito e o popular merece uma explicação. Gisela Ortriwano (1985) estabeleceu-se como importante referência histórica e de contextualização do rádio no Brasil, sendo relevantes os estudos para esta parte do trabalho. Porém, a base teórica que fundamentou o rádio na pesquisa não pretendeu restringi-lo ao lazer e à diversão, relacionando-o com os processos de transformações culturais e sociais. A visão de Itania Gomes endossou a condição, ao indicar como os meios de comunicação se inseriram no contexto cultural contemporâneo, rompendo "com uma concepção da audiência como passiva e indiferenciada", e apostando "no exame detalhado da variedade de formas como as mensagens são decodificadas pelos membros da audiência com orientações sociais e políticas diferentes" (GOMES, 2004a, p. 105).

Como registrado por Martín-Barbero (2013, p.67), a cultura de massa fora produzida pelos meios massivos e identificada na América Latina como a cultura do povo, deixando de significar "anonimato, passividade e conformismo", sendo a primeira a possibilitar a comunicação entre as diferentes classes sociais.

Em outra obra, Martín-Barbero e Rey (2001), apesar de tratarem das condições culturais, políticas e narrativas do audiovisual, mais especificamente sobre a televisão, a principal ideia dos autores foi deslocar o olhar da hierárquica posição intelectual, tecedora de duras críticas sobre a imagística, amargurada por

¹¹ A limitação de percentual de publicidade foi elevada para 20% e atualmente fixou-se em 25%.

desconfianças e desqualificações ao longo do tempo, para inseri-la na visualidade eletrônica, sem encará-la dicotomicamente como dominação mercantil ou simulação de uma realidade não existente, além de não deixar de lado a cultura oral. Nesse contexto, a aproximação com o rádio pareceu interessante (veículo de comunicação de massa baseado na oralidade). Atualmente, ele agrega imagem ao som, sendo pensado em uma realidade não apenas de diversão e entretenimento, mas, sobretudo, como possibilidade de reconhecimento de identidades pluralizadas.

Diante da regulamentação publicitária, a indústria e o comércio conseguiram atingir a população, inclusive os não letrados¹². O rádio passou a organizar a programação com atrativos que alcançassem grandes audiências e mercado para os produtos anunciados. A improvisação já não era bem aceita, e uma reformulação estrutural era essencial frente ao novo momento. A linguagem radiofônica foi se especializando, tornando-se mais coloquial, direta, de entendimento fácil, buscando formas mais comunicativas, livres, com mais apelo às emoções. O ambiente radiofônico reestruturou-se para falar à massiva população brasileira (ORTRIWANO, 1985).

Mas não foi apenas a publicidade que ganhou espaço no *dial*. Uma mobilização da lógica dos revolucionários de 30, que pretendiam utilizar a radiodifusão sonora para consolidar a unidade nacional visando à modernização do país, e em oposição ao modelo do governo Vargas, foi ouvida pelas ondas de rádio. Inaugurada em 1931, a Rádio Record adquiriu relevância no âmbito político ao transmitir um manifesto contra o governo revolucionário de Getúlio Vargas, em 23 de maio de 1932, organizado sob os preceitos da Revolução Constitucionalista de 1932. A Record liderou “as transmissões contrárias ao governo Vargas, usando em larga escala o rádio com finalidade política” (FERRARETTO, 2001, p. 107).

Em contrapartida, Getúlio Vargas utilizou as ondas sonoras inicialmente com o intuito de integrar e desenvolver o país, para posteriormente adentrar em um modelo autoritário. Após a Revolução de 1930 observaram-se ações nesse sentido, como a criação do Departamento Oficial de Propaganda (DOP), transformado em 1934 no Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, veiculando em 1935 o

¹² Em 1920, os índices de analfabetismo no Brasil indicavam 75% da população brasileira. Em 1940, o patamar regrediu para 57% (ORTIZ, 2001).

programa a “Hora do Brasil”¹³, que divulgava as realizações do governo. Em 1939, um novo decreto criava o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) para substituir o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural. O DIP, diretamente ligado à Presidência da República, fiscalizava e censurava não apenas conteúdos radiofônicos, mas aqueles veiculados em cinema, teatro e jornais (ORTRIWANO, 1985).

A criação do DIP inseriu-se em um contexto de perseguição política, que procurava sufocar o avanço das ideias esquerdistas no Brasil, com a justificativa de barrar o “progresso comunista” que supostamente intencionava ascender ao poder. Ao instaurar o Estado Novo, um governo ditatorial de 1937 a 1945, Getúlio Vargas fez do DIP um órgão controlador do uso político da radiotransmissão, que passou “a ser controlada com a colocação de censores em cada rádio. Assuntos como reivindicações trabalhistas, presos políticos, organizações estudantis, passeatas ou críticas ao governo eram terminantemente proibidos” (FERRARETTO, 2001, p. 108).

Contudo, Renato Ortiz referiu que apesar da existência do processo de construção nacional iniciado pela Revolução de 1930 e fortalecido com o Estado Novo, a relação governamental com os meios de comunicação de massa não aconteceu de modo semelhante a países europeus. Mesmo a Rádio Nacional¹⁴, encampada pelo governo Vargas em 1940, não deixava de funcionar como empresa privada, com faturamento atrelado à publicidade. Apesar da ideia de integração nacional alicerçada por um meio de comunicação massivo, não era a realidade social brasileira, conferindo um paradoxo que “no momento em que ele [Estado] reunia forças para controlar as emissoras e implantar um sistema nacional de radiodifusão, assiste-se a um crescimento do rádio comercial” (ORTIZ, 2001, p. 52).

O autor observou que mesmo contendo o ideal de construção de um sistema de rádio em nível nacional e representante de um Estado totalitário, existia a impossibilidade material da realidade econômica, da qual o rádio era dependente, e da dificuldade de unificar a programação. A própria Rádio Nacional era um exemplo da localidade do conteúdo radiofônico, com debilidade para integração social

¹³ O programa “Hora do Brasil” transformou-se em “Voz do Brasil”, ainda transmitido atualmente.

¹⁴ A Rádio Nacional do Rio de Janeiro estabeleceu-se como marco importante nesse cenário. Inaugurada em 1936, foi pioneira por organizar-se empresarialmente no ambiente radiofônico. Apresentava divisões departamentais, gerenciadas por um diretor-geral e um gigantesco número de integrantes, entre eles maestros, músicos, cantores, locutores, produtores, repórteres, assistentes etc. (ORTRIWANO, 1985).

brasileira. Com sede no Rio de Janeiro, praticamente não era ouvida em São Paulo, onde operava principalmente a Rádio Record. A contradição brasileira em relação aos modelos nazifascistas europeus deu-se exatamente na utilização da força integradora e difusora dos ideais ditatoriais do Estado Novo, esbarrando na dependência financeira das propagandas comerciais e programações locais dos Estados, como Rio de Janeiro e São Paulo (ORTIZ, 2001).

Os *mass media* como mediadores culturais foram observados por Martín-Barbero (2013) ao discutir conceitos dos teóricos americanos dos anos 1940-1950, que entendiam a cultura de massa produzida pelos meios massivos como a cultura de um povo que no momento de derrocada do fascismo colocava toda a sua fé na afirmação e na aposta de uma sociedade democrática completa. Deslocava-se do pensamento da velha Europa, que entendia a sociedade de massas como degradadora e negadora cultural. Na visão do autor, ela foi a primeira que possibilitou a comunicação entre as diferentes camadas sociais, indicando que quanto maior a circulação dos produtos gerados pelos meios de comunicação massivos, especialmente numa sociedade que possuía dificuldades de unificação cultural, mais se intensificava o encontro entre a cultura e a sociedade. Em suas palavras,

A cultura de massa é a primeira a possibilitar a comunicação entre os diferentes estratos da sociedade. E dado que é impossível uma sociedade que chegue a uma completa unidade cultural, então o importante é que haja circulação. E quando existiu maior circulação cultural que na sociedade de massa? Enquanto o livro manteve e até reforçou durante muito tempo a segregação cultural entre as classes, o jornal começou a possibilitar o fluxo, e o cinema e o rádio que intensificaram o encontro. (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 67).

Reforçando a ideia,

A denominação do popular fica assim atribuída à cultura de massa, operando como um dispositivo de mistificação histórica, mas também propondo pela primeira vez a possibilidade de pensar em positivo o que se passa culturalmente com as massas. (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 70).

E os anos 40 foram áureos para o rádio nacional, com o avanço das programações populares, empenhadas na conquista de mais público. Travava-se uma guerra de audiências, em busca de mais popularidade, para conquistar verbas dos anunciantes. Surgem as primeiras radionovelas, radiojornais e primeiras transmissões esportivas. Estavam em destaque a Rádio Nacional, Rádio

Panamericana e Rádio Tupi, as duas últimas em São Paulo. Com elas, certa especialização ganhou visibilidade, conferindo o caráter esportivo à Rádio Panamericana e o jornalístico à Rádio Nacional, com o legendário *Repórter Esso*, com o slogan “testemunha ocular da história”, e o *Grande Jornal Falado Tupi*, da Rádio Tupi (ORTRIWANO, 1985).

Já os anos 50 foram marcados pelo surgimento da televisão, que agregava imagens ao produto midiático; os ouvintes passariam a telespectadores. A TV Tupi-Difusora¹⁵ de São Paulo foi inaugurada em setembro de 1950, por meio do pioneirismo de Assis Chateaubriand¹⁶, com cerca de 200 televisores na cidade. Porém, os altos custos dos aparelhos televisivos e o pequeno número de emissoras de TV garantiam sobrevida à programação radiofônica (FERRARETTO, 2001).

Com os anos, a expressiva concorrência entre rádio e televisão começava a desestabilizar a hegemonia da radiodifusão sonora. Astros e estrelas, programas de auditório, novelas e diversas campanhas publicitárias migravam para o ambiente televisivo. Gisela Ortriwano cita:

Quando surge, ela [televisão] vai buscar no rádio seus primeiros profissionais, imita seus quadros e carrega com ela a publicidade. Para enfrentar a concorrência com a televisão, o rádio precisava procurar uma nova linguagem, mais econômica. (ORTRIWANO, 1985, p. 21).

Contudo, apesar do surgimento da televisão, o rádio continuou por muito tempo como mídia preferencial dos indivíduos, principalmente quando, no final dos anos 50 e início dos anos 60, houve a popularização do transistor¹⁷, permitindo novo fôlego à radiofonia brasileira. O transistor possibilitou a miniaturização e a mobilidade do equipamento, principiando uma revolução no modo de ouvi-lo, tornando-se crível em qualquer hora e lugar. Ainda, deixou o radiojornalismo mais atuante e presente, agilizando as transmissões em unidades móveis de maior porte, permitindo que as reportagens fossem ao vivo e fora dos estúdios (ORTRIWANO, 1985).

¹⁵ A PRF-3 TV Tupi-Difusora de São Paulo foi a primeira estação de televisão da América Latina. Em 1951 inaugurava-se a TV Tupi do Rio de Janeiro (FERRARETTO, 2001).

¹⁶ Assis Chateaubriand foi o precursor e incentivador da televisão brasileira, criando um elo entre ela e o rádio (FERRARETTO, 2001).

¹⁷ Substituto das válvulas, o transistor foi um componente eletrônico criado por cientistas norte-americanos em 1947, que ocupou menos espaço e possibilitou o uso de pilhas como fonte de energia (FERRARETTO, 2001).

A autora assinalou relevâncias do rádio para conter perdas face à televisão, com o lançamento de um tipo de programa, pela Rádio Jornal do Brasil do Rio de Janeiro, que mais tarde seria adotado em ampla escala no meio comunicativo sonoro: serviços de utilidade pública (ORTRIWANO, 1985).

Renato Ortiz (2001) salientou que o crescimento das rádios era constante no território brasileiro, sendo 106 em 1944 e atingindo o patamar de 300 em 1950. Os altos índices de popularidade das radionovelas introduzidas no país em 1941, baixo poder aquisitivo de grande parte da população para adquirir aparelhos de televisão e verbas publicitárias aplicadas no rádio, em torno de 22%, comparadas aos 8% empregadas na TV, endossavam o seu posicionamento como mídia preferencial, demorando anos para submergir a hegemonia.

Para Marcelo Kischinhevsky (2007), os anos 60 representaram a retomada do rádio, que naquele momento ganhava outros espaços da casa, deixando de se destacar como móvel da sala de estar para situar-se no quarto, cozinha ou companheiro inseparável de toda uma geração, que se tornaria fundamental para a nova fase, nas décadas de 70 e 80. Havia a aproximação com a cultura pop, de origem estadunidense, com os grandes conglomerados das redes de TV e de rádio, que começavam a apostar em um novo formato radiofônico: a frequência modulada (FM).

O percurso seguido pelo ambiente radiofônico com a FM, a segmentação das rádios, as redes de radiodifusão, em especial para a conjuntura sonora, anos da ditadura militar e realidades das décadas de 70 e 80 mereceram particular acuidade explicativa.

1.2. Redes e segmentação no universo radiofônico

As décadas de 70 e 80 marcaram intensas manifestações no universo radiofônico, tendo como pontos-chave a segmentação das rádios, diante de uma população que se mostrava heterogênea e com novas demandas de audiência; formação de grandes conglomerados de comunicação; consolidação da transmissão na FM e intensa programação musical. O cenário político e o crescimento econômico baseados numa ditadura militar, entre os anos 1964 e 1985, incentivaram os *mass*

media para a integração nacional. Com a televisão conquistando espaços comunicacionais, o rádio esforçava-se para não ficar em segundo plano.

Sua evolução procurava abarcar a crescente população urbana. A ideia de permanecer como veículo de comunicação de massa esteve muito presente nas transformações tecnológicas e adequações dos produtos midiáticos ao ambiente radiofônico. Apesar de os caminhos ampararem-se nas estruturas de um estado totalitário com o financiamento de empresas privadas, as mídias de massa foram fundamentais para formação e divulgação de uma identidade nacional. Martín-Barbero e Rey (2001) expressaram o papel que as mídias e os processos de comunicação desempenharam no primeiro processo de modernização nacional, citando particularmente o rádio na América Latina:

O rádio, em todos, e o cinema, em alguns países – México, Brasil, Argentina-, irão fazer a mediação das culturas rurais tradicionais com a nova cultura urbana da sociedade de massas, introduzindo nesta elementos de oralidade e da expressividade daquelas, e possibilitando que deem o passo da racionalidade expressivo-simbólica à racionalidade informativo-instrumental organizada pela modernidade. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p.42)

Haveria pistas de uma provável programação radiofônica direcionada ao ouvinte que deixava o campo e enfrentava uma realidade diferente na cidade, mesmo procurando representatividade, era mister inserir-se em uma sociedade moderna? Gisela Ortrivano (1985) abordou as diversificações presentes no *dial*, que com programações mais faladas buscavam reencontrar o diálogo com o público: as trocas de informações iam de receitas culinárias a fontes de pesquisa para trabalhos escolares. A reportagem de rua intensificou-se e as informações ganharam caráter dinâmico nas transmissões, não se limitando aos horários fixos, mas ao momento em que o fato estava acontecendo.

Martín-Barbero e Rey (2001, p.47) completaram que as maiorias na América Latina incorporaram e se apropriaram da modernidade, por meio “dos gêneros e das narrativas, das linguagens e dos saberes, da indústria e da experiência audiovisual”, considerando a cultura oral e ressaltando que as profundas alterações nesse espaço se encontravam atravessadas por uma diversidade de textos e escrituras. Os autores indicaram que a cumplicidade entre oralidade e visualidade não encontrou referência nos “exotismos de um analfabetismo terceiro-mundista”, mas na própria identificação de modernidade.

O campo de batalha entre as tradicionais e as contemporâneas formas de ler, observadas por Martín-Barbero e Rey (2001), não desconheciam a cultura letrada, porque o livro continuava como peça-chave para a alfabetização formal, mas propunha uma segunda maneira para a população, a partir de múltiplos textos incorporados ao mundo audiovisual.

A proposta de “segunda alfabetização” teria acontecido naquela época, com a programação radiofônica entrelaçando o rural e o cidadão, buscando endereçar o homem do campo, que estava sendo urbanizado, independentemente de ser letrado? Os autores levantaram um aspecto que talvez se encaixe no contexto, pois aprender e saber na nova era da sociedade informacional e das redes eletrônicas inserem instantaneamente o local no global (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001).

A tendência à especialização consolidou-se na década de 70, como opção renovadora e revitalizadora do rádio, que sentia o peso da popularidade televisiva. Além dessas condições, a segmentação percebia a viabilidade de imbuir-se do formato econômico e social do momento, pois “as emissoras passaram a identificar-se com determinadas faixas socioeconômicas-culturais” ao procurar “uma linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir” (ORTRIWANO, 1985, p. 24).

Para Marcelo Kischinhevsky (2007), o Brasil continuava enfrentando mudanças políticas, econômicas e sociais ao transitar de um modelo agrário e rural para outro, com características urbano-industriais. A segmentação destinou novos horizontes à radiodifusão sonora. Sob a luz do surgimento de diversos públicos, o rádio aproveitou o formato para reagir à crescente queda do montante publicitário.

Jesús Martín-Barbero (2013, p. 252), ao indagar sobre o lugar e o papel dos meios massivos a partir dos anos 70 na América Latina, com particular destaque para dois pontos-chaves no campo da comunicação – rádio e televisão -, classificava a televisão como difusora de um padrão hegemônico, ao passo que posicionava o rádio como meio de comunicação capaz de gerar uma “pluralização funcionalizada”.

Explorando as características tecnodiscursivas, no sentido de reagir sobre a supremacia da televisão, o rádio, ao requerer apenas a atenção auditiva do seu público, possibilitava o entrelaçamento e a superposição de atividades e tempos. Como nenhum outro meio de comunicação, permitia a mediação com as maiorias e a sua renovação advinha, “a partir de um entrelaçamento privilegiado da

modernizadora racionalidade informativo-instrumental com a mentalidade expressivo-simbólica do mundo popular” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 254). Além do aspecto técnico, o modo especial do uso do rádio foi observado para um grupo de emigrantes populares na cidade de Lima:

[...] ao amanhecer, sem locutores profissionais, com uma linguagem coloquial, com música gravada na própria comunidade de origem, para dar-se um espaço cotidiano de identificação que não é só evocação de uma memória comum, porém produção de uma experiência de encontro e solidariedade em meio à dispersão e à distância imposta pela cidade. (ALFARO *apud* MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 143).

O projeto modernizador converteu-se em *educador* [destaque do autor], para ajustar técnicas dos modos de trabalho rural aos objetivos do desenvolvimento e da readequação ideológica, pois deveriam ser superadas as superstições religiosas para os avanços tecnológicos e benefícios do consumo terem expressão e amplitude. Olhar não somente para aquilo que produziam culturalmente as massas, mas para o que elas consumiam, avançando sobre o seu passado rural e ligando-as “à modernidade, à mestiçagem e à complexidade com o urbano”. Um desafio aludido pelo pesquisador no estudo do popular (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 70).

Além disso, a partir da “pluralização funcionalizada”, algo seria destinado ao universo radiofônico. Com falas diferenciadas para os receptores, acrescentaria distintas categorias aos cidadãos, como espectador, torcedor, jovem, mulher etc. A pluralização funcional era observada na própria programação, para depois ser levada a especialização às próprias rádios, passando a se dirigir a setores culturais e geracionalmente bem diferenciados (MARTÍN-BARBERO, 2013).

Além dos serviços de utilidade pública, outra opção ampliou o espaço nas rádios: a programação musical. No Rio de Janeiro, a Rádio Tamoio introduziu o esquema de “música exclusivamente música”, apresentando-se como tendência e grandes atrativos comerciais. Em São Paulo, a Rádio Excelsior lançou-se nesse mercado em 1968, e durante muitos anos permaneceu exclusivamente musical. A especialização seguia seu rumo com a criação da Rádio Mulher de São Paulo, em 1969, como a primeira rádio especializada em assuntos femininos, como moda, horóscopo, música romântica, consultórios etc. (ORTRIWANO, 1985).

Luiz Ferraretto (2001) discutiu a alteração do cenário de radiodifusão sonora no Brasil, ao longo dos anos 70, período, aliás, considerado como o mais duro do governo sob as diretrizes militares. Houve o consolidado início das transmissões em

frequência modulada, abrangendo o público jovem, ao seguir o modelo norte-americano de programação, com as *playlists*. A musicalidade das rádios na FM centrou-se no fato desse espectro, apesar de menor alcance do que a amplitude modulada, permitir a emissão e recepção de som com mais qualidade, não sofrendo interferências de fenômenos naturais ou artificiais, como o que acontecia com a AM.

A disputa do rádio como alternativa publicitária, permitindo mais lucratividade com reduzidos investimentos, alinhou segmentação à formação de redes nacionais, capazes de transmitir uma programação unificada. Nas palavras de Gisela Ortriwano (1985, p. 31), “as emissoras que fazem parte de uma rede recebem, ao mesmo tempo, programação e patrocinador”.

Kischinhevsky (2007) relatou que a formação das primeiras redes de rádio foi indicada como solução para as perdas publicitárias financeiras do setor. Por meio delas, haveria o barateamento dos custos de produção da programação, bastando à matriz organizá-la e a partir de então retransmitir às demais durante a maior parte do dia.

Com isso, uma das mais expressivas redes radiofônicas foi o Sistema Globo de Rádio, formada por 13 rádios AMs e cinco FMs, nos Estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Pernambuco, Rio Grande do Sul e Brasília. Na época, com duas linhas de programação - a de serviço, com informação, esporte e música, e a musical, com músicas e informações, ambas com locutores nacionais (ORTRIWANO, 1985).

Outra rede, a Manchete de Rádio, operava no Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia, Pernambuco, Alagoas e Brasília, formada por uma rádio na AM, cinco próprias e uma afiliada na FM, com administração central, um único sistema comercial e padronização para a rede em frequência modulada. A Transamérica contava com 28 rádios (próprias e afiliadas), considerada a primeira rede brasileira em FM, atingindo os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco, Paraná, Bahia, Minas Gerais, Sergipe, Pará, Santa Catarina, Maranhão, Paraíba, Mato Grosso e Brasília, com programação dividida em dois segmentos: metade da sua transmissão era musical em rede nacional e os outros 50% preenchidos com programação local, organizada por cada uma delas (ORTRIWANO, 1985).

A Rede Capital de Comunicação apresentava em sua programação os principais sucessos musicais e a prestação de serviço; no campo jornalístico, adaptava a linguagem para aproximar-se do seu público-alvo, formada por oito

rádios em AM e duas em FM, operando em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Acre e Brasília (ORTRIWANO, 1985).

O Brasil, portanto, na década de 80, voltou-se à outra fase do panorama de radiodifusão sonora, utilizando a infraestrutura dos canais de satélite para a formação de redes de rádio e consolidando a segmentação nos grandes centros urbanos, amparada em um cenário de abertura política e abrandamento do regime militar, com atenção ao público em sua programação. Foram pioneiras na transmissão radiofônica via satélite a Bandeirantes AM de São Paulo, com o radiojornal *Primeira Hora*, e a Rádio Nacional AM, de Brasília, com cerca de 400 rádios em cadeia (FERRARETTO, 2001).

Complementando a trajetória da radiofonia nacional, mereceu destaque um tipo de programação surgida nos anos 80 e 90: exclusivamente jornalística, com formato denominado *all news*¹⁸. Na AM, apesar da predominância dos programas assistencialistas com comunicadores popularescos, simulações eletrônicas de companhia dos ouvintes e notícias policiais abordadas de modo sensacionalista, as mudanças políticas e econômicas do período favoreceram as condições do formato jornalístico em tempo integral. Três grandes rádios se aventuraram inicialmente por esse caminho: a Jornal do Brasil AM do Rio de Janeiro, a Rádio Gaúcha, no Rio Grande do Sul¹⁹, e em 1991 a Central Brasileira de Notícias (CBN) do Sistema Globo de Rádio, em São Paulo (FERRARETTO, 2001).

Indicada como uma das primeiras rádios exclusivamente jornalísticas em amplitude modulada, a CBN teve sua replicação para FM em 1995, e atualmente em São Paulo ocupa os 90,5 FM e 870 AM. No mesmo caminho, esteve a BandNews FM, integrante do Grupo Bandeirantes, inaugurada em 2005 e sintonizada nos 96,9 FM em São Paulo. As histórias, trajetórias e programações de ambas mereceram destaques separados na pesquisa.

¹⁸ A radiodifusão sonora com característica exclusivamente informativa engloba o *all news*, unicamente voltada à difusão de notícias; *all talk*, com predominância da opinião, entrevista e conversa com o ouvinte; e a mescla dos dois denomina-se *talk and news* (FERRARETTO, 2001).

¹⁹ A Rádio Jornal do Brasil AM, do Rio de Janeiro, inaugurada em 1980, durou seis anos, e a Rádio Gaúcha, do Rio Grande do Sul, em 1983 adotou o formato *talk and news*, sendo a inspiração da Rádio CBN do Sistema Globo de Rádio (FERRARETTO, 2001).

Porém, antes de seguir com o detalhamento delas, adentrar nas novas tecnologias que dinamizaram o contemporâneo universo do rádio, mereceram especial destaque.

1.3. O rádio na era da convergência midiática

Além dos contextos políticos, econômicos e sociais, a história do rádio continuamente entrelaçou-se aos desenvolvimentos tecnológicos das respectivas épocas, desde seu surgimento, com receptores e aparelhos de radiofonia importados, passando pela popularização do transistor e formação de redes por satélites, até os atuais avanços tecnológicos que possibilitaram a transmissão pela rede mundial de computadores em aparelhos multifuncionais - os telefones celulares ou equipamentos de áudio portáteis - incluindo as fomentadas discussões sobre seu formato digital.

Mariano Cebrián Herreros (2011), ao lembrar que o rádio ainda gozava de “muita saúde”, discutiu sua proximidade com as multiplataformas de comunicação, indicando que o surgimento não significava o desaparecimento das anteriores, sendo factível a coexistência entre os modelos convencionais e os emergentes, como plataformas de internet e telefonia celular, rádio sob demanda, programas de *podcast* e distribuições por meio de aplicativos digitais, principalmente quando submetidos a ajustes contínuos. Nas palavras do autor,

O rádio nasceu como tecnologia, é tecnologia e seguirá sendo tecnologia. Não pode prescindir dela, caso contrário, deixa de ser rádio. Ele usou e continua usando as tecnologias antigas ou tradicionais, com as inovações que estão ocorrendo e se situa na vanguarda das tecnologias de ponta. (HERREROS, 2011, p.36).

É imprescindível uma ressalva, identificando que o rádio, além das condições tecnológicas que o situam como mídia em constante evolução, possui como primordial ponto de existência o modo pelo qual as pessoas o utilizam. Ou ainda, o modo como consomem a programação radiofônica, sendo esse o aspecto fundamental de persistência e essência do veículo de comunicação²⁰.

²⁰ Apesar do posicionamento mais direcionado ao ambiente tecnológico do rádio, Mariano Cebrián Herreros é pesquisador de grande referência na convergência midiática do veículo, motivo pelo qual suas contribuições foram citadas no trabalho.

As transformações no modo de ler, não obstinadas apenas por meio de livros, vieram ao encontro do ambiente tecnológico no qual o rádio apoia-se atualmente. Inserido numa heterogeneidade de textos em circulação, como, por exemplo, imagens, som, hipertextos, o rádio faz parte do que os autores categorizaram ao afirmar que as mídias e as redes eletrônicas são capazes de conectarem o cidadão à cidade. Na impossibilidade de seu abarcamento, apoiou-se na televisão, que oferecia a imagem da densidade da cidade, ou no rádio, que conectava os ouvintes ao cotidiano, indo além e identificando a tecnologia como extensões do nosso corpo, denominada “próteses tecnomidiáticas”, em que “a cidade informatizada não necessita de corpos reunidos, mas interconectados” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p.52)²¹.

Um dado conflituoso no campo cultural destaca o entrelaçamento cada vez mais sobrecarregado “entre os modos de simbolização e ritualização do laço social com os modos de operar dos fluxos audiovisuais e das redes comunicacionais”, pois não se escreve e nem se lê como antes. Conforme a visão dos pesquisadores, que procuraram deixar de lado o despotismo da cultura letrada,

[...] entre a revolta dos estudantes e a confusão dos professores e, no revolvimento que esses anos produzem entre livros, sons e imagens, emerge uma *des-ordem cultural*, a qual questiona as formas *invisíveis* do poder, alojadas nos modos do saber e do ver, ao tempo que iluminam certos saberes-mosaico, feitos de objetos móveis, nômades, de fronteiras difusas, de intertextualidades e bricolagens. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p.18).

Os autores terminam observando que “a visualidade eletrônica passou a fazer parte constitutiva da visibilidade cultural” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p.19).

Nair Prata afirmou que as transformações tecnológicas alteraram profundamente a história do rádio, a partir da agregação da imagem ao som, dos novos e modernos formatos de áudio definidos como rádio. E se ele, a TV e o jornal existirão apenas no computador no futuro, acrescentou: “O rádio de uma era que é chamada de pós-modernidade tem imagens em movimento, fotografias, hipertextos, links, interação por meio de imagens e não linearidade”. A preocupação central era se o rádio na internet ainda continuava sendo ele mesmo, além dos novos gêneros

²¹ Deve-se lembrar que a visão deste trabalho está direcionada ao espaço urbano.

que se reconfigurariam e as formas de interação conferidas com a *web* (PRATA, 2008, p. 1)²².

As décadas de 80 e 90 possibilitaram a digitalização do ambiente radiofônico com transmissão via satélite e internet, modificando as principais rádios internacionais em ondas curtas, que divulgavam a programação mundialmente por esses meios e essa modalidade (HAUSSEN, 2004).

A partir de 1998, porém, rádios com existência apenas na internet foram geradas e denominadas *webrádios*. A *webrádio* quebrou várias convenções por meio da associação de elementos textuais e imagens ao ambiente exclusivamente sonoro. Para Nair Prata (2008, p.2), “no computador, o rádio passou a ter, além da transmissão sonora, também textos, hipertextos, fotografias, arquivos, vídeos, desenhos, cores”.

A autora ressaltou que quando o futuro da radiodifusão sonora faz referência à digitalização, é provável que não seja exatamente o rádio digital. Tardias no Brasil, as mudanças tecnológicas vão além da qualidade de som e estendem os modelos atuais de programação e formas de interação. Porém, levantamentos inferiram que as rádios se mostravam tímidas com relação aos investimentos e à receptividade da audiência. Em seu trabalho, a pesquisadora afirmou: “Quando se fala que o futuro do rádio é digital, percebe-se que isto não quer dizer necessariamente a digitalização das ondas hertzianas, mas uma nova forma de transmissão que se dá pela internet” (PRATA, 2008, p.3).

E enquanto a realidade não se consolida, aos poucos o rádio na internet ganha novos formatos, apesar de repetir a fórmula hertziana nas páginas da *web*: “O caminho já foi aberto e, aqui e ali, percebe-se a vontade de transpor as barreiras analógicas em busca de algo absolutamente novo, algo que apenas o meio digital pode proporcionar” (PRATA, 2008, p. 4).

Contudo, na era da convergência, para a pesquisadora Rachel Severo Alves Neuberger todas as mídias se parecem com a internet, e o rádio na *web* se apropriou do cenário, agregando textos, fotos e vídeos ao áudio, revelando uma reflexão: “É um novo formato ou as velhas mídias apenas se utilizando de um

²² Nair Prata apresenta importantes contribuições sobre o rádio na era da convergência das mídias. Apesar dos seus aspectos tecnicistas, o trabalho orientou-se para as novas formas de produzir ou “consumir” os boletins de gastronomia pelos ouvintes. O olhar deu-se aos conteúdos dos programetes, e não ao meio em si.

suporte diverso para complementar os serviços ofertados” (NEUBERGER, 2012, p. 82).

Na perspectiva de outro trabalho de Nair Prata, ao prefaciар um livro destinado à discussão do rádio brasileiro na era da convergência, a radiodifusão sonora modificou-se profundamente com a presença da internet e pelo cenário da era da convergência midiática. Diferencia-se não apenas pelo suporte, mas pelo formato e coexistência com várias lógicas comunicacionais simultaneamente. A autora evidenciou a evolução,

Há alguns poucos anos, a definição de radiofonia era clara e precisa e qualquer pessoa saberia descrever, com presteza, as possibilidades radiofônicas. Hoje foram agregadas ao rádio novas linguagens, novos públicos, novas plataformas e novas formas de transmissão e recepção. (PRATA, 2012, p. 8).

Nélia R. Del Bianco analisou a evolução do rádio buscando referências em pesquisas que o posicionavam no ambiente de convergência tecnológica e midiática, mostrando a incontestável associação com a internet e os inúmeros dispositivos móveis. Convergir não se apresentava como novidade no desenvolvimento dos meios de comunicação, mas hoje possui características diferentes frente aos recursos da tecnologia digital, que integram um sistema de informação em rede, dispositivos móveis e meios de comunicação tradicionais. Enumerando aspectos que desafiavam o rádio, discutiu, entre outros fatores, os novos hábitos de consumo proporcionados pelo veículo de comunicação, com o surgimento de multiplataformas digitais, evidenciando os resultados de uma pesquisa de 2009, do Grupo dos Profissionais do Rádio: 74% dos ouvintes o ouvem por aparelhos portáteis; 63% via internet no computador; 61% no rádio do carro; 37% sintonizam as estações de rádio no celular; 37% no mp3/mp4/iPod; 12% pelos canais de áudio da TV a cabo ou parabólica, e 3% pela internet via celular. Outro percentual relevante e presente na pesquisa foi o fato de 82% dos ouvintes confirmarem se ouviram rádio pela internet ou visitaram os *sites* na rede mundial de computadores (DEL BIANCO, 2012).

Para a pesquisadora, apesar de os números revelarem a crescente integração do rádio à internet e às plataformas digitais, é tímida a interação. O ambiente tecnológico mostrou-se mais como forma de transmissão da programação em tempo real e espaço de pronunciamento do ouvinte do que meio que disponibilizava os programas em arquivos *podcast* para serem consumidos em

qualquer tempo, além de indicar a dificuldade de se investir na formatação digital dos conteúdos e especialização dos profissionais de rádio, para “manter páginas na internet mais interativas e significativas” (DEL BIANCO, 2012, p. 28).

Ainda, Del Bianco (2012), ao abordar o tema da digitalização do rádio brasileiro discutido há dez anos, com lentidão não apenas nos limites nacionais, mas em boa parte do mundo, ressaltou que 59% dos radiodifusores sonoros brasileiros gostariam de trocar os transmissores para se adaptar às novas exigências tecnológicas do rádio digital. As expectativas dos benefícios surgidos com as mudanças transitavam entre a melhoria da qualidade de som, incremento da oferta de produtos adicionais, aumento da audiência, indo ao desejado crescimento do faturamento. Certa evolução do tema, com a criação pelo Ministério das Comunicações do Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD), em 2010, foi ressaltada, porém ainda há retardamentos de investimentos em equipamentos e melhorias da programação.

Cebrián Herreros, ao discutir a criatividade no contexto do rádio atual, propôs uma reflexão sobre o horizonte dos formatos digitais. Além de retransmitir a programação das rádios convencionais, deveriam gerar distintas modalidades de programação, conteúdos e serviços, impulsionando uma autêntica comunicação interativa, com “audiência para criar espaços radiofônicos, intercâmbios de conteúdo, participação na produção, aplicações dos gêneros de internet: correio eletrônico, *chats*, fóruns, intercâmbios de música, audioconferências” (HERREROS, 2008, p. 347).

Na concepção do autor, deveriam existir modalidades com grades abertas para os ouvintes decidirem uma autoprogramação, com extensão da criatividade não apenas para os profissionais, mas para os usuários, mostrando que “já não é somente a emissora que oferece conteúdos. A interatividade é exercida por ambas as partes e, em consequência, os ouvintes adquirem um novo papel” (HERREROS, 2008, p. 347).

Os limites propostos pelo trabalho, devido ao vasto contexto no qual o rádio e a sua convergência com o universo digital se inserem, oferecem esclarecimentos neste ponto da pesquisa. Apresentar-se-iam intensas discussões sobre ele e o processo de digitalização das transmissões radiofônicas, estratégias de programação e políticas públicas, mudanças nas linguagens radiofônicas e gêneros, além dos diferentes modos de recepção. Porém, a condição determinada para as

rádios selecionadas voltou-se exclusivamente às inovações tecnológicas que apoiaram os boletins gastronômicos, permitindo seu formato digital em *podcast* e o apoio que eles possuem de textos, vídeos e fotos, presentes nos *sites* oficiais das rádios e dos programetes, além da transmissão em tempo real ou por *streaming*, captados por receptores convencionais ou dispositivos móveis, respectivamente.

Absorvido como mais um canal de difusão, quase todas as rádios possuem *sites* na internet²³. Além disso, sua funcionalidade, apoiando os conteúdos radiofônicos convencionais com variedades de formatos midiáticos, não foi diferente para a CBN FM SP e a BandNews FM SP, que mantêm os endereços cbn.globoradio.globo.com e bandnewsfm.band.uol.com.br, transmitindo em tempo real e por meio de *streaming*, com diversos conteúdos possíveis de serem gravados em formato *podcast* e espaço para comentários dos ouvintes.

Os passos seguintes procuraram transmitir características, histórico, programação das rádios acima citadas e a relação delas com a convergência midiática.

1.4. BandNews FM SP - *Em 20 minutos tudo pode mudar*

Com o slogan *Em 20 minutos, tudo pode mudar*, a BandNews FM, inaugurada em 20 de maio de 2005, ocupa a frequência modulada 96,9 MHz em São Paulo (capital) e integra o Grupo Bandeirantes de Comunicação, composto por mais de 40 empresas unificadas em diferentes frentes comunicativas, como TV aberta (Band, Canal 21), TV por assinatura (BandNews, Bandsports, Terraviva, Arte 1, Sexprivé, Band Internacional), rádio (Rádio Bandeirantes AM, BandNews FM, Band FM, Nativa FM, Sulamérica Trânsito, MIT FM, Band Vale FM, Sterovale FM, Educadora FM, Ipanema FM), mídia impressa (jornal Metro, jornal Primeiramão), mídia digital (Portal Band.com.br, One Brasil, One Pay), mídia out of home (TV Minuto, Nextmidia, Mão Dupla, Orla TV), entretenimento (Enter, Band Music) e comercialização de conteúdos (Band Imagem), além de uma operadora de TV por assinatura, telefonia e internet²⁴. Segundo Debora Cristina Lopez (2009), a BandNews FM foi inserida em

²³ Nélia R. Del Bianco (2012) afirma que 77% das rádios brasileiras criaram um *site* na internet, e que desse percentual, 33% operavam há mais de cinco anos nessa plataforma de comunicação.

²⁴ Site oficial: <http://www.band.uol.com.br>. Disponível em: <http://www.band.uol.com.br/grupo/historia.asp>. Acesso em: 06 dez. 2014.

uma rede de rádio que possuía a tradição da produção jornalística paulista, com a Rádio Bandeirantes AM.

Ao indicar fragmentos da história do radiojornalismo, Gisela Ortriwano (2003) inferiu que apesar da AM ser seu ambiente tradicional, somente a partir dos anos 90 o potencial jornalístico da FM foi reconhecido. Destacou o histórico da Rádio Bandeirantes AM de São Paulo, que contribuiu em vários momentos: em 1950 foi a precursora em transmitir ininterruptamente, por 24 horas, sua programação; em 1958, formou a Cadeia Verde-Amarela Norte-Sul do Brasil, para transmitir da Suécia a Copa do Mundo; em 1962 experimentou a primeira transmissão simultânea de um programa jornalístico - *Primeira Hora* - entre São Paulo e Rio de Janeiro; em 1989, com pioneirismo, iniciou as operações via satélite, com o Sistema BandSat AM, e dez anos depois internacionalizou a programação pela internet, por meio da Rádio Alfa FM de Paris. Não resta dúvida de que a programação noticiosa da Rádio Bandeirantes foi revolucionária e influenciou distintas rádios.

O *site* oficial a cita como a pioneira na rede brasileira de rádio FM, com programação voltada integralmente ao jornalismo, em blocos informativos de 20 minutos, nas 24 horas que permanece no ar, buscando oferecer ao ouvinte informações completas e atualizadas, mescladas com opiniões de âncoras e colunistas, com abrangências nacional e internacional. Posicionando-se como “força jornalística do AM à modernidade e o alto astral do FM, a BandNews FM, amparada pela credibilidade do Grupo Bandeirantes de Comunicação, tem as marcas da ousadia, da inovação e do bom humor”²⁵.

Sendo uma rádio que segue o modelo *all news*, estabeleceu em sua programação diária notícias com o formato jornalístico tradicional, e por vezes, nuances de entretenimento e diversão, conferidos por inserções de programetes na grade. Além da abordagem gastronômica, versam sobre comportamento familiar, social e trabalho, poder, cultura, moda, celebridades, educação de filhos, carta de vinhos, sátiras sobre economia, política, educação e saúde. Dois deles devem ser citados, como o do jornalista humorístico José Simão, intitulado “Buemba! Buemba!”, com várias inserções durante a programação, de segunda a sexta-feira, às 0h17, 3h37, 6h34, 8h42, 10h20 e 17h37, e os *insights* da jornalista Mônica Bergamo, sobre

²⁵ *Site* oficial: <http://bandnewsfm.band.uol.com.br>. Disponível em: <http://bandnewsfm.band.uol.com.br/Institucional.aspx>. Acesso em: 06 dez. 2014.

poder, cotidiano, moda, celebridades, cultura e esporte, transmitidos de segunda a sexta-feira, às 8h05.

Durante toda a programação da Bandnews FM vários colunistas apresentam opiniões, sugestões e dicas, expressando-se para um público que supostamente deseja ouvir, além do jornalismo informativo, assuntos como conhecimentos gerais, diversão e entretenimento.

Baroncelli (2007) relatou que na época o então diretor de jornalismo da rede, André Luiz Costa²⁶, indicava que a BandNews FM deveria ser rápida, ágil, voltada ao público mais jovem do que o habitual, menos masculinizada e tradicional, para atingir ouvintes diferentes daqueles que a ouviam. Atualmente, a página institucional na *web* mostra que pretende tornar-se “referência número um entre ouvintes de 25 a 55 anos na divulgação ágil de notícias relevantes e na formação de opinião”²⁷.

Além da capital paulista, incluindo as cidades de Campinas e Ribeirão Preto, os limites territoriais da rádio ocupam os seguintes mercados: Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Salvador, Brasília e Fortaleza. Com editorial composto por informações locais, elaboradas pelas praças e nacionais, produzidas principalmente pela cabeça da rede e praças fundamentais, como Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro, adota linguagem coloquial, com base conversacional, para atribuir jovialidade à programação. Nas palavras de Lopez (2009, p.160), pretende “enquadrar-se ao público que a emissora diz atingir, as classes A e B, através da linguagem sonora e das opções editoriais e critérios de noticiabilidade”²⁸.

A programação matinal, no espaço denominado *prime time*, na faixa de horário das 6h às 9h (FERRARETTO, 2007) tem como jornalista Ricardo Boechat, comandando a programação da BandNews FM das 7h30 às 9h, ao lado de Eduardo Barão e Tatiana Vasconcelos, de segunda a sexta-feira. Tatiana Vasconcelos e Paulo Cabral comandam um pouco mais tarde o programa *Meio do Dia*, entre os

²⁶ “André Luiz Costa deixa Bandnews FM e vai para a direção da Band”; reportagem de 9 de outubro de 2013. Disponível em: < <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/imprensa/72998-andre-luiz-costa-deixa-bandnews-fm-e-vai-para-a-direcao-da-band>>. Acesso em: 06 dez. 2014.

²⁷ Disponível em: <<http://bandnewsfm.band.uol.com.br/Institucional.aspx>>. Acesso em: 06 dez. 2014.

²⁸ Algumas ações, infelizmente sem sucesso, tentaram conhecer o público ouvinte da BandNews FM, como divulgado em nota de rodapé na Introdução deste trabalho.

horários das 11h e 14h. E no “meio do dia” o boletim de gastronomia é transmitido, com a participação do gastrônomo István Wessel²⁹.

No universo da convergência midiática, a BandNews FM conferiu sua marca com endereço na internet e transmissão ao vivo por *streaming*, captada por computadores, celulares inteligentes, *tablets*, enfim, equipamentos diferentes dos receptores convencionais, com presença de formatos digitais (imagens, textos, áudios), que apoiavam a radiolocução, áudios das reportagens e comentários dos colunistas em formato *podcast*, além das possibilidades de interações com os usuários pelo “Fale conosco” (Figura 1). Na *homepage* bandnewsfm.band.uol.com.br, o “Ouça ao vivo” (Figura 1) evidenciou as várias praças nas quais os ouvintes-internautas podiam “sintonizar” a escuta.

Figura 1 - *Homepage* da BandNews FM

The screenshot shows the BandNews FM homepage with the following elements:

- Header:** UOL logo, contact info (Assine 0800 703 3000 SAC), navigation links (Bate-papo, E-mail, Notícias, Esporte, Entretenimento, Mulher, Shopping), and a search bar.
- Brand Area:** BAND NEWS FM logo, a 'CLIQUE AQUI' button, and logos for Cielo and BOM-RATODOS.
- Navigation Bar:** Links for 'Brasil', 'Economia', 'Política', 'Internacional', 'Esporte', 'Cultura', and 'Fale conosco' (circled in red).
- Live Radio Section:** 'Ouça ao vivo' with a sub-link 'Clique na rádio que deseja ouvir'. A table shows frequencies: São Paulo (96,9), Rio de Janeiro (94,9), Porto Alegre (99,3), Belo Horizonte (89,5), Salvador (99,1), Brasília (90,5), Curitiba (96,3), and Fortaleza (101,7).
- News Article:** 'CORINTHIANS Após a vitória sobre o Criciúma, Mano Menezes anuncia que não seguirá no Corinthians' with social media share counts (796, 15.4M).
- Special Content:** 'ESPECIAL NATAL' with articles like 'Ouça como inovar na decoração e nos presentes de fim de ano!' and 'PAPA NOEL GRAMPEADO'.
- Interactive Elements:** A poll 'Enquete' about aggression and a 'Colunistas' section with a grid of contributor photos.
- Advertisement:** 'Natal Mágico' for CASAS BAHIA.
- Social Media:** Facebook integration for 'Rádio BandNews FM' showing 205,370 likes.

Fonte: <http://bandnewsfm.band.uol.com.br/>, Dezembro de 2014.

²⁹ Os detalhes sobre os âncoras do programa *Meio do Dia*, do gastrônomo István Wessel e da interação midiática do programete, foram apresentados no capítulo destinado à análise do boletim de gastronomia da BandNews FM.

Nela havia seções como “Brasil - Economia - Política - Internacional - Esporte - Cultura” (Figura 1), que armazenavam as notícias, apresentadas com um breve texto e o áudio digitalizado transmitido pelas ondas magnéticas. Acionando-se a seção Brasil, por exemplo, reportagens radiofônicas surgiam separadas por datas, com o título (Figura 2). Quando clicadas abria-se uma nova página na qual o usuário podia lê-la e ouvi-la, além de compartilhá-la com usuários do *Twitter* ou “curti-la” no ambiente do *Facebook*, porém não havia possibilidade de gravá-la em formato *podcast* (Figura 3).

A possibilidade de gravação no formato foi atribuída aos boletins dos colunistas, não abrangendo todas as reportagens radiotransmitidas, o que permitia ao usuário-ouvinte, caso desejasse, apenas manter um acervo dos programetes.

Figura 2 - Seção Brasil (*website* BandNews FM)



Fonte: <http://bandnewsfm.band.uol.com.br/>, dezembro de 2014.

Figura 3 - Reportagem de 05 de dezembro de 2014 (website BandNews FM)

Brasil
home > notícias > brasil

05/12/2014 08:57

Flanelinhas cobram R\$ 10 para motoristas estacionarem em local proibido em frente ao Detran

Dos mais de 20 veículos que estavam parados na última quarta-feira, nenhum foi multado.

Em nota, o Detran informa que a unidade Armênia dispõe de estacionamento próprio, com mais de 300 vagas, destinadas aos funcionários, idosos e pessoas com deficiência física.

Além disso, esclarece que não tem competência legal para fiscalizar o estacionamento irregular, mas já notificou a CET sobre essa prática nas proximidades da unidade Armênia.

Desta forma, não há a necessidade de funcionários deixarem os seus carros em áreas externas.

Procurado pela reportagem da BandNews FM, a Polícia Militar ainda não se pronunciou.

00:00 02:02

Tweet 4 Curtir 1 compartilhar

Fonte: <http://bandnewsfm.band.uol.com.br/>, dezembro de 2014.

Permanecendo no mesmo nível de acesso das seções, a opção “Fale conosco” (Figura 1) abriu o diálogo, por meio de uma janela com características de correio eletrônico, com as rádios do Grupo Bandeirantes voltadas à programação *all news* em frequência modulada. Ainda, um olhar detalhado da primeira página *web* mostrou um carrossel com notícias em destaque, dando sensação de dinamismo à informação. Outros pontos de interação indicam uma enquete, matérias que supostamente teriam visibilidade, publicidades e associações às principais ferramentas de redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*, além das fotos de todos os colunistas participantes da programação radiofônica.

Ao clicar na foto do colunista, um breve texto sobre quem é, nome do boletim apresentado, assunto abordado e em que momento a transmissão radiofônica acontecia na programação do rádio, surgiam na tela de um dispositivo eletrônico, sendo possível ouvir e gravar em formato *podcast* as últimas transmissões. A Figura 4, propositalmente escolhida com István Wessel, o *chef* que participa do boletim de gastronomia da BandNews FM, demonstrou esses fatores. Distintas possibilidades

de interação com o gastrônomo foram por meio do seu *site* (“Acesse o site do Wessel”), da opção “Mande um e-mail para a colunista” e ao “seguir-lo” pelo *Twitter*.

Figura 4 - Colunista István Wessel e seus últimos áudios

Pitadas de Gastronomia, com István Wessel

Segunda a Sexta às 11h37, 18h15 e 1h37

[Acesse o site do Wessel](#)

István Wessel traz para os ouvintes os segredos da boa cozinha nas mais variadas vertentes. Sem deixar de lado a praticidade, valoriza um dos prazeres mais essenciais do ser humano: o de preparar pratos irresistíveis para dividir com as pessoas mais importantes da nossa convivência. Ensina a fazer receitas mais elaboradas e ajuda desde o cozinheiro de primeira viagem até o mais estudioso do assunto. Com alegria e conhecimento, não só dá receitas, mas conta quais são os pratos prediletos e mais gostosos do mundo. István Wessel é formado em hotelaria na Cornell University NY, Administração na FGV e Marketing na Pace University, também em Nova York. A gastronomia é tradição na família, que está no ramo de carnes há 5 gerações. Trabalha na pioneira Carnes Wessel há quase 40 anos.

[Seguir @istvan_wessel](#)

[Mande um e-mail para a colunista](#)

Receba áudios deste colunista em seu computador ou iPod.

Se precisa de mais orientação, clique aqui.

05/12/2014 16:31
Preparando uma boa peça de fraldinha na grelha

Fonte: <http://bandnewsfm.band.uol.com.br/>, dezembro de 2014.

Conforme discutido por Nair Prata (2008), observou-se claramente que a BandNews FM procura adaptar-se aos novos tempos, agregando imagens, fotografias, textos, *links*, interações por meio de imagens e não linearidade, com um endereço na internet apoiando a programação radiofônica. Contudo, foi factível concordar com Del Bianco (2012): apesar das marcas contemporâneas, pareceu que o convergir mais se aproximou da transmissão da programação em tempo real do que uma transformadora integração do ambiente de rádio às plataformas digitais, sobretudo quando direcionadas à criatividade da programação em seu *website*.

Por fim, como ressaltado por Ferraretto (2007), acreditou-se que a BandNews FM voltou-se ao segmento do radiojornalismo dedicado ao público adulto, com nível

de ensino médio ou universitário, pertencente às classes A ou B. Além de acessarem as rádios pela internet, conseguiriam gravar a programação em arquivos de áudios, sugerindo a existência de um público com certo grau de expertise para aproveitar as vantagens que a convergência com outras mídias propicia contemporaneamente.

1.5. CBN FM SP - A rádio que toca notícia

Ao propor e definir os critérios do formato e da notícia que veiculava, a rádio batizada como Central Brasileira de Notícias (CBN) levou em consideração o público ao qual se dirigia. Nas palavras de Heródoto Barbeiro (2006, p.33), “[...] o público da CBN, desde o início do projeto, sempre foi um só: o executivo, o gerente, o integrante das classes A e B com 30 anos, o homem e a mulher que lutam pela ascensão social”. Tendo como base modelos observados e utilizados pelos Estados Unidos (MARINHO, 2006), a CBN foi inaugurada em 1º de outubro de 1991, adotando o formato *all news*.

Integrada ao Sistema Globo de Rádio, a antiga Excelsior, começou a transmitir em AM uma alternativa diferente de programação jornalística. A “nova” rádio pretendia prestar “serviços através das ondas de rádio durante vinte e quatro horas por dia” (MARANGONI, 1999, p.3). Segundo José Roberto Marinho (2006), no começo havia extensiva repetição de entrevistas, com programação incluindo músicas na primeira semana, para depois começar a assumir o perfil jornalístico com receptividade dos formadores de opinião e orientação jornalística dos profissionais do grupo.

Em novembro de 1995, a transmissão foi replicada em FM³⁰, estabelecendo-se como uma das primeiras rádios exclusivamente jornalísticas a transmitir em frequência modulada no país. Segundo Marangoni (1999), a rede tinha 22 rádios, sendo cinco próprias e 11 afiliadas, em 15 Estados, com cerca de 100 jornalistas e 400 outros funcionários, em 1999. Atualmente, a parte institucional no *site* da CBN afirma ter quatro rádios próprias, instaladas em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e

³⁰ A Rádio CBN opera em 780 AM e em 90,5 FM na capital paulistana.

Belo Horizonte, além de 31 afiliadas³¹ em diferentes cidades brasileiras, apoiadas por cerca de 200 jornalistas, como repórteres, produtores, editores, âncoras e comentaristas, além de parcerias com a BBC Brasil (abastecendo a rede com material exclusivo), a FRI Português (seção brasileira da Rádio France) e a Rádio ONU (com objetivo de acesso ao noticiário internacional)³².

A programação da CBN, atendendo ao slogan *A rádio que toca notícia*, concentrou-se em programas de informações e especializados, de comentários e boletins, seguindo um padrão estético e informativo definido pela cabeça de rede e praças locais, “com definição de público, critérios de noticiabilidade, padronizações de trilha, efeitos e vinhetas, entre outros” (LOPEZ, 2009, p.141).

Marangoni (1999) evidenciou que a CBN considerava como importante o fato de os ouvintes serem do sexo masculino, chegando a atingir o percentual de 11% em determinadas praças. A informação foi classificada como característica auxiliadora da definição e dos aspectos estéticos da rádio pela pesquisadora Debora Lopez (2009), identificando dados de entretenimento, esportes, economia e política como os assuntos mais pautados na grade de programação, buscando atender aos interesses do público, em confluência com o proferido por Barbeiro (2006) ao tratar sua tendência em dirigir-se aos integrantes das classes A e B, incluindo homens e mulheres, que ascendiam socialmente. Os editoriais, publicados no *site* da CBN, transmitiram a consideração ao segmentarem-se em “País, Política, Economia, Polícia, Internacional, Ciência & Saúde, Meio Ambiente, Tecnologia, Cultura, Esportes, São Paulo, Rio de Janeiro”.

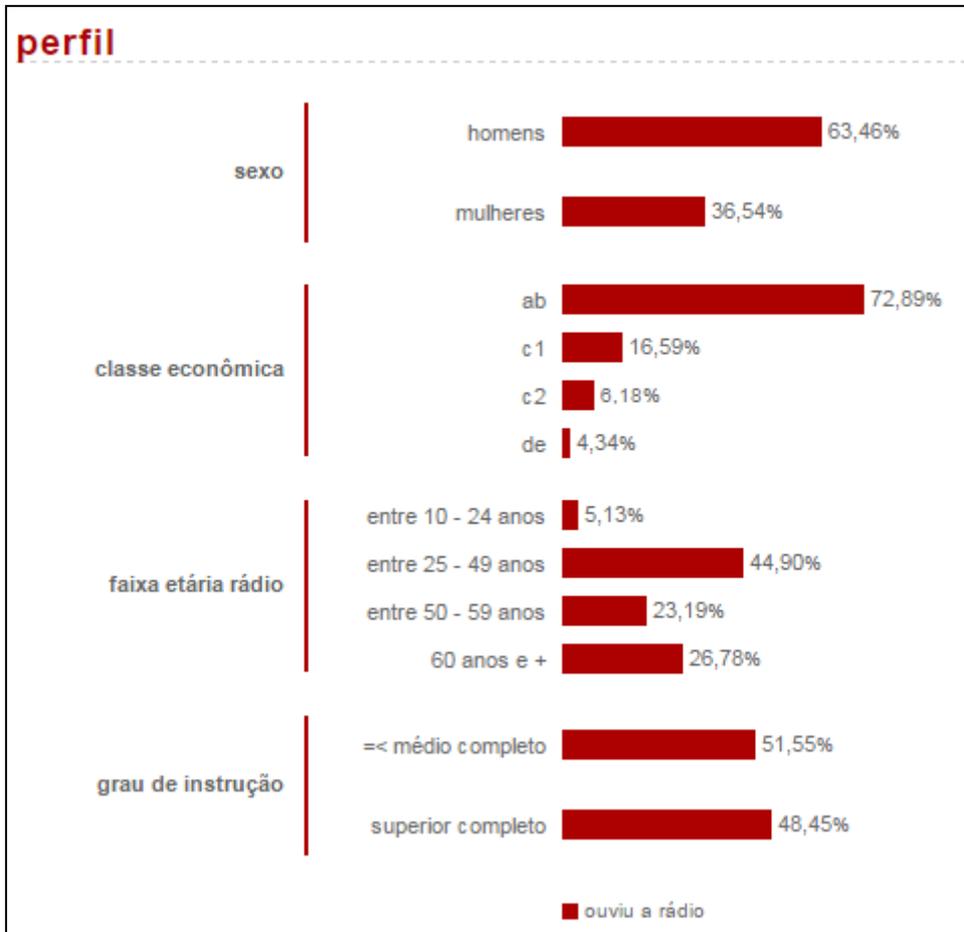
Uma pesquisa entre os meses de julho e setembro de 2014, publicada no portal da empresa Sistema Globo de Rádio (SGR), que gerencia os negócios da mídia rádio das Organizações Globo, feita pelo Ibope, ratificou os dados debatidos anteriormente, demonstrando a predominância masculina dos ouvintes (63,46%), de

³¹ As afiliadas da Rádio CBN operam no ambiente AM e FM nas seguintes cidades brasileiras: Belém (PA), Blumenau (SC), Campinas (SP), Cascavel (PR), Cuiabá (MT), Curitiba (PR), Florianópolis (SC), Fortaleza (CE), Foz do Iguaçu (PR), Goiânia (GO), João Pessoa (PB), Lages (SC), Londrina (PR), Maceió (AL), Manaus (AM), Maringá (PR), Palmas (TO), Ponta Grossa (PR), Recife (PE), Ribeirão Preto (SP), Salvador (BA), Santos (SP), Teresina (PI) e Vitória (ES). Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/institucional/historia/HISTORIA.htm>>. Acesso em: 06 dez. 2014.

³² Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/institucional/historia/HISTORIA.htm>>. Acesso em: 06 dez. 2014.

classes econômicas A e B (72,89%), com idade de 25 a 49 anos (44,90%) e nível superior completo (48,45%) (Figura 5)³³.

Figura 5 - Perfil dos ouvintes da Rádio CBN, no portal da SGR



Fonte: IBOPE EasyMedia4 - SP+RJ+BH+DF - julho - setembro de 2014.

O alto compromisso com o radiojornalismo é observado na programação diária, com poucas alterações entre os dias da semana, como demonstrado pelo Quadro 1. O *prime time* da emissora atribui ao jornalista Milton Jung a apresentação em rede do *Jornal da CBN*, veiculando as notícias consideradas fundamentais nas primeiras horas produtivas do dia, de segunda a sexta-feira, das 6h às 9h30, e aos sábados e domingos, das 6h às 9h. Mais tarde, o programa CBN São Paulo, de segunda a sábado, das 9h30 às 12h, com atributos locais, apresentado por Fabíola

³³ Disponível em: <<http://www.sgr.com.br/web/midiakit/con-midia-kit.aspx?RdId=1&MkId=82&Tipo=T>>. Acesso em: 06 dez. 2014.

Cidral, transmite o boletim gastronômico *Comida*, às quartas e sextas-feiras, às 10h50³⁴.

Quadro 1 - Programação Semanal CBN FM

Horário	Programa
00h00 às 04h00	CBN Madrugada
04h00 às 06h00	CBN Primeiras Notícias
06h00 às 09h30	Jornal da CBN
09h30 às 12h00	CBN SP CBN RJ CBN BSB CBN BH
12h00 às 14h00	CBN Brasil
14h00 às 17h00	CBN Total
17h00 às 20h00	Jornal da CBN 2ª edição
20h00 às 21h00	Quatro em Campo
21h00 às 23h30	CBN Noite Total
23h30 às 24h00	Lado B da bola

Fonte: <http://cbn.globoradio.globo.com/institucional/programacao/programacao/PROGRAMACAO.htm>, dezembro de 2014.

Além de enfatizar abordagens noticiosas, a programação se compõe de pequenos programas “que, encadeados, atribuem uma identidade informativa à emissora” (LOPEZ, 2009, p.144). Marangoni ratificou veracidade ao revelar: “Um pequeno programa dentro da programação. Geralmente com duração de dois a oito minutos. É a inovação que a CBN implantou e resultou em sucesso de audiência e faturamento” (MARANGONI, 1999, p.12). A fórmula apresentada em 2009, com “23 boletins de áreas variadas, que analisam e complementam as informações dos programas fixos” (LOPEZ, 2009, p.146), continuou sendo importante para a rádio, que atualmente possui 64 deles, espalhados por várias praças, conforme observado pela Figura 6.

Percebeu-se, portanto, que ao atualizar e entrelaçar editoriais, programas e boletins, a CBN procurou manter um espaço para a pluralidade de opiniões e análise crítica dos principais fatos que acontecem no país, sempre se aproximando da proposta original de sua formação, ao transmitir notícias em sintonia com o esperado público-alvo.

³⁴ Os detalhes sobre Fabíola Cidral, os principais comentaristas e a convergência midiática do boletim *Comida* foram apresentados no capítulo destinado à análise do programete.

Figura 6 - Boletins no *website* da Rádio CBN FM

Fonte: <http://cbn.globoradio.globo.com/home/HOME.htm>, dezembro de 2014.

Grande esforço foi dedicado para abordar concisamente a convergência midiática para a rádio CBN, dadas as inúmeras possibilidades de interação a partir do *website*. O ouvinte-internauta, que acessou a *homepage* pelo endereço www.cbn.com.br (Figura 7), deparou-se com as principais notícias do dia, associadas às imagens e *hiperlinks* apoiados por breves textos. Ao clicar em qualquer um deles, além de fotos e áudios, notícias recentes e conteúdos relacionados podiam ser consultados (Figura 8). Editorialmente, o *site* mostrou uma organização dos conteúdos visuais e sonoros por meio da divisão por Comentaristas, Boletins, Editorias, Programas, Especiais, Serviços, *Blogs*, *Podcast*.

Outro ponto foi um carrossel no qual circulavam as chamadas de reportagens, que ao serem acionadas remetiam aos correspondentes textos digitais (Figura 7), endossando o constatado por Lopez (2009, p.149): “A Rádio CBN tem como um de seus pontos fortes o uso do *site* como estratégia de aproximação com seu público”. Tudo disponível para computadores, *tablets* ou dispositivos de áudio portáteis, conectados em redes de dados fixas ou móveis.

Figura 7 - Página principal na internet da Rádio CBN FM

CBN
A RÁDIO QUE TOCA NOTÍCIA

COMENTARISTAS ▾ BOLETINS ▾ EDITORIAS ▾ PROGRAMAS ▾ ESPECIAIS ▾ SERVIÇOS ▾ BLOGS ▾ PODCAST ▾ MISSÃO E VISÃO

BRANDESCO CELULAR DEPÓSITO DE CHEQUES PELO CELULAR CONSULTORIA FINANCEIRA > CLIQUE AQUI

do jogo contra o Sport • 20:05 Coral natalino celebra festa antecipada no Parque do Ibirapuera • 19:45 Carro com jogadora Mar... GRUPO GLOBO PRINCÍPIOS EDITORIAIS

OPERAÇÃO LAVA-JATO

Planilha de Alberto Youssef pode gerar novos processos

Para jurista, lista com projetos de 170 empresas de mais de R\$ 11 bi precisam ser investigados.

Janot diz que investiga oito crimes

Procurador-geral da República disse que não permitirá que desacreditem as apurações.

Protesto contra Dilma reúne quase dois mil na Paulista

Grupo reclama de propostas na área econômica do atual governo e pede intervenção militar.

Corinthians vence, mas vai disputar pré-libertadores

Se vencer fase preliminar, irá para o Grupo 2, ao lado de São Paulo, San Lorenzo e Danúbio.

Mano confirma que deixa o Corinthians

Vitória garante 3º lugar para o Inter e vaga direta para Libertadores

Gaúchos venceram Figueirense por 2 a 1, no último minuto.

Nicholas Santos leva prata no Mundial de Nataçã

SEBRAE

Clique aqui

0800 570 0800 / sebrae.com.br
Especialistas em pequenos negócios

AO VIVO ▾ ESTÚDIO ▾ SEMANA CBN

SELECIONE A PRAÇA

SP RJ BSB BH

NO AR CBN Noite Total

23:00 Globo News Painel

Afiliaidas ▾

Fale com Tania Morales

Fonte: <http://cbn.globoradio.globo.com/home/HOME.htm>, dezembro de 2014.

Figura 8 - Notícia difundida em 06 de dezembro de 2014 (website CBN FM)

EDITORIAS > PAÍS

SÁBADO, 06/12/2014 - 15:20

Planilha de obras encontradas com Yousseff pode gerar novos processos na Lava-Jato

Para jurista, lista com projetos de 170 empresas no valor de mais de R\$ 11 bilhões precisam ser investigados.

Mais notícias sobre país

twitter Facebook Google+

e-mail Código embed

Comente >

Faça o login para efetuar o comentário:

LOGIN CADASTRE-SE

COMENTÁRIOS (2)

Pateta Paulista
06/12/2014 - 21:32

Quando descobrirem as planilhas paulistas? As investigações em SP não são feitas com seriedade e nem aprofundam e tudo vai para debaixo do tapete. O Cartel do Metrô desviou + de 10 bilhões e a gente só ouve falar que devolveram 500 milhões. O crime em SP compensa e é lucrativo e nada acontece. Incrível

Denunciar

+ RECENTES

SÁBADO - 06/12/2014 12:29
Doze milhões de cigarros contrabandeados do Paraguai são apreendidos em PE

SÁBADO - 06/12/2014 12:23
Inmetro faz operações para verificar qualidade dos pisca-piscas de natal

SÁBADO - 06/12/2014 11:06
Seis pessoas morrem em acidente na rodovia BR-262, no Centro-Oeste de MG

SÁBADO - 06/12/2014 10:38
Brasil e China se preparam para lançar satélite neste domingo

SÁBADO - 06/12/2014 10:08
Três funcionários de posto de gasolina foram mantidos reféns em Canoas (RS)

anteriores ▶

CONTEÚDO RELACIONADO

- Polícia suspeita de disputa entre gangues em tiroteio que deixou um morto no RS
- MPF envia dois inquéritos para investigar Luiz Argôlo ao STF
- MPF pede condenação de Youssef, Costa e outros sete réus

BUSCAR POR MÊS

Janeiro 2014 OK

Fonte: <http://cbn.globoradio.globo.com/editorias/pais/2014/12/06/PLANILHA-DE-OBRAS-ENCONTRADAS-COM-YOUSSEFF-PODE-GERAR-NOVOS-PROCESSOS-NA-LAVA-JATO.htm>, dezembro de 2014.

A condição de transmissão por *streaming* conferiu particularidade à CBN. Além do acesso sonoro em *real time* da programação radiofônica de qualquer praça da rádio, a visualidade dos estúdios de São Paulo e do Rio de Janeiro podia ser acompanhada desse modo (Figura 9), levando o “ouvinte a um espaço virtual mais próximo do comunicador através do contato visual” (LOPEZ, 2009, p. 152). Vale destacar que a possibilidade de transmissão por *streaming* e o acesso às imagens dos estúdios foram encontrados em todas as páginas do *website*, sempre no canto inferior direito, tendo ainda a probabilidade de contato via e-mail com o âncora daquela programação (Figura 10).

Figura 9 - Visualização do estúdio de São Paulo. Programa CBN São Paulo



Fonte: <http://cbn.globoradio.globo.com/estudiocbn/estudioCBN.htm?praca=SP&codigo=SP>, julho de 2014.

Figura 10 - Acesso por *streaming* da programação radiofônica da CBN FM



Fonte: <http://cbn.globoradio.globo.com/home/HOME.htm>, julho de 2014.

Os conteúdos textuais e sonoros das seções Comentaristas, Boletins e Programas foram padronizados, e todos registraram as fotos dos comentaristas ou âncoras dos programas, dias e horários de transmissão radiofônica, além das formas de comunicação, por meio de e-mail, *blog*, *Twitter*, *podcast* da programação com o seu *RSS*. E deram acesso à última reportagem transmitida, canais de comunicação de compartilhamento da notícia como *Twitter*, *Facebook*, e-mail, *Google+* e *Código embed*, espaço para efetuar comentários, grupo de notícias mais recentes e conteúdo relacionado ao acesso, somado à possibilidade de efetuar buscas mensais e anuais das matérias, desde 2002, geralmente vinculando os respectivos áudios transmitidos no ambiente de radiodifusão sonora. Padronização, dinamismo e facilidade para o ouvinte-internauta navegar pelo *site* da rádio atribuíam-lhe uma sensação de amparo, pois todas as páginas possuíam o mesmo formato e características, além de estar disponíveis no momento em que tivesse como acessá-las - para ler, escutar, compartilhar ou comentar reportagens. O exemplo mostra a programação na qual o boletim gastronômico *Comida* é veiculado, ancorado por Fabíola Cidral, no CBN SP (Figura 11).

Figura 11 - Acesso ao programa CBN SP com Fabíola Cidral

CBN São Paulo com Fabíola Cidral
Seg a sáb, de 9h30 às 12h

E-MAIL | BLOG | TWITTER | PODCAST | RSS | ESCOLA DA VIDA | MOMENTO DO ESPORTE SP | DISCUTA SP

PROGRAMAS > CBN SÃO PAULO

SÁBADO, 06/12/2014, 12:01

Coral da Unifesp presta homenagem a Chico Buarque

Entrevista com Eduardo Fernandes, diretor musical de O Grande Circo Místico, que explica que o grupo faz uma releitura diferente do compositor.

duração: 05:39

00:00 / 00:00

Mais de CBN São Paulo

twitter Facebook Google+

e-mail Código embed

Comente »

Faça o login para efetuar o comentário:

LOGIN CADASTRE-SE

COMENTÁRIOS (0)

Não há comentários.

+ RECENTES

SÁBADO - 06/12/2014 11:32
'Órgão de trânsito não pode liberar vias com ciclofaixas sem sinalização para motoristas'

SÁBADO - 06/12/2014 11:24
Artistas do circo e Papai Noel vão alegrar o Memorial da América Latina

SÁBADO - 06/12/2014 10:53
Centro Cultural da Penha recebe o festival de cinema 'SP Leste em Movimento'

SÁBADO - 06/12/2014 10:37
'Fornecer Bolsa Família a imigrantes em SP ajuda a combater trabalho análogo à escravidão'

anteriores ▶

BOLETINS

CIDADES SUSTENTÁVEIS
'Círculo vicioso descumpre possibilidade da democracia direta em SP'

COMIDA
Restaurante de SP faz festa em homenagem à carne de porco

CONDOMÍNIO LEGAL
Professores particulares não devem dar aulas em casa

1 de 2 ◀ ▶

BUSCAR POR MÊS

Janeiro ▼ 2014 ▼ OK

Fonte: <http://cbn.globo.com/programas/cbn-sao-paulo/CBN-SAO-PAULO.htm>, dezembro de 2014.

Atenção diferenciada foi observada aos programas radiotransmitidos disponíveis para gravação no formato *podcast*. Forte no segmento, a CBN mantém um canal dedicado na própria *homepage*, explicando o serviço:

Podcast é uma maneira de receber conteúdo em áudio e vídeo pela internet. O usuário assina os canais desejados e passa a receber, periodicamente, as atualizações. Os arquivos - músicas, vídeos, programas esportivos e jornalísticos - são baixados para o computador, automaticamente ou de acordo com as preferências do usuário. Depois, podem ser transferidos para aparelhos portáteis, como o tocador de música digital iPod e mp3 players³⁵.

Completando a explicação do acesso à sua programação nesse formato, orienta o ouvinte a copiar o endereço do programa, comentário ou boletim que deseja assinar, transportar e associar ao leitor de sua preferência, concluindo: “Uma vez feito isso, o leitor irá automaticamente atualizar os áudios e assim você poderá ouvi-los e/ou baixá-los quando quiser”³⁶. Comentaristas, programas e boletins ofereciam a opção de ser gravados em formato *podcast*.

No *site* da SGR (Sistema Globo de Rádio), pesquisa datada de setembro de 2014 indicou que existiam 97 *podcasts* disponíveis para *download*, e que mais de 97 mil foram assinados³⁷. Ferraretto e Kischinhevsky (2010) comentaram que a utilização do *podcast* pela CBN era significativa, tendo mais de 70 mil assinantes dos comentaristas da rádio mensalmente.

A seção Serviços, na página principal da CBN (Figura 12), apresentava facilidades, como a possibilidade de configurar uma barra de notícias e comentários inseridos no *site* ou *blog* de quem gostaria de receber o conteúdo da rádio automaticamente, aplicativos para ouvir toda a programação radiofônica em celulares inteligentes de vários modelos e marcas, promoções ofertadas pela rádio, indicadores econômicos nacionais e mundiais, telefones úteis (serviços, hospitais públicos, delegacias etc.) de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Belo Horizonte, *Twitter* da CBN, dos âncoras, repórteres e comentaristas, o canal no *YouTube* com vídeos associados, a página no *Facebook*, perfil no *Google+* e telefones de contato

³⁵ Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/servicos/podcast/PODCAST.htm>>. Acesso em: 06 dez. 2014.

³⁶ Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/servicos/podcast/PODCAST.htm>>. Acesso em: 06 dez. 2014.

³⁷ Disponível em: <<http://www.sgr.com.br/web/midiakit/con-midia-kit.aspx?RdId=1&MkId=36&Tipo=T>>. Acesso em: 06 dez. 2014.

via *WhatsApp* das praças São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Por fim, o ouvinte-internauta se deparou com o acesso aos *blogs* de comentaristas, repórteres, boletins e programas veiculados pela rádio (Figura 13).

Figura 12 - Opções da seção *Serviços* na *homepage* da CBN FM



Fonte: <http://cbn.globoradio.globo.com/home/HOME.htm>, dezembro de 2014.

Figura 13 - Opções da seção *Blogs* na *homepage* da CBN FM



Fonte: <http://cbn.globoradio.globo.com/home/HOME.htm>, dezembro de 2014.

Ao discutir as possibilidades de convergência midiática da CBN, em relação ao seu *website*, com imagens, hipertextos, áudios e serviços diversos, a disponibilidade da informação atual ou em banco de dados e os canais de

comunicação com os ouvintes ficou clara; mostrou-se tecnologicamente incorporada ao mundo digital, englobando a “infraestrutura de produção, distribuição e recepção de conteúdos em suportes digitais, como computadores, gravadores, *softwares* de edição e gestão de conteúdos, bases de dados, redes de fibra óptica etc.” (FERRARETTO; KISCHINHENVSKY, 2010, p.176).

Se por um lado, conforme ressalta Del Bianco (2012), as transmissões radiofônicas por meio da internet reproduzem a radiodifusão sonora convencional, a CBN, mesmo dentro dessa realidade, pareceu caminhar para algo além. O fato de possuir praticamente a totalidade da sua programação disponível para gravação em formatos digitais, com considerável suporte, permite ao ouvinte uma autonomia na seleção dos conteúdos de seu maior interesse. Outro item revela as inúmeras opções e facilidades de acesso aos conteúdos sonoros publicados no *site*. Além disso, a padronização permitiu uma navegação facilitada ao ouvinte-internauta.

Endossando as ideias de Ferraretto (2007), pareceu factível que o aproveitamento das vantagens que a convergência midiática no ambiente radiofônico propicia encaixou-se ao perfil do ouvinte da emissora: público adulto, com nível médio de ensino ou universitário e pertencente às classes A ou B.

Ainda, os vários canais de comunicação oferecendo interatividade com repórteres, produtores, editores, âncoras e comentaristas que compunham a programação radiofônica, e a presença nas principais redes sociais do país demonstraram que a CBN adentrou a era da convergência midiática ajustada às palavras pronunciadas por Prata (2012, p.11),

[...] o rádio na era da convergência é mesmo novo, lugar midiático em que a diferenciação se dá não pelo suporte, mas pelo formato e onde coexistem várias lógicas comunicacionais simultaneamente, algumas impensáveis alguns anos atrás.

E o que dizer da gastronomia diante do ambiente de radiodifusão sonora? O próximo capítulo buscou discuti-la e contextualizá-la, para posteriormente analisar o tema por meio de boletins, difundidos pelas rádios de notícias aqui estudadas.

CAPÍTULO 2 - DA ALIMENTAÇÃO PARA A GASTRONOMIA

A indústria do lazer e do entretenimento auferiu importante crescimento nas duas últimas décadas, em função de aspectos como estabilidade econômica, globalização de mercados, incentivos financeiros e sociais nos âmbitos públicos e privados. O que atrelou a ela a comunicabilidade da alimentação e, especialmente, da gastronomia. Com singular destaque nos *mass media*, ancorada pela ampla veiculação em programas de televisão, de rádio, revistas, livros, jornais, *blogs* e internet, a preparação de um prato culinário percorre do preparo da comida cotidiana até aquela mais sofisticada e com ingredientes inusitados, com certa capacidade de modelar preferências, gostos e paladares, tamanha abrangência comunicativa e cultural de sua atuação.

Além da relação direta com a preparação alimentícia, a gastronomia por vezes ultrapassou limites e sugeriu visitas de lugares, países, interesse por culturas diferenciadas ou mesmo aprofundamento do conhecimento no assunto, conferindo *expertise* e esclarecimentos aos interessados³⁸.

A exploração da mídia em torno das imagens da comida mostrou-se interessante fonte analítica do enlace entre alimentos e pessoas, pois desde os primeiros registros humanos, prepará-la atestava certo vínculo entre quem a produzia e quem a consumia. Paralelamente ao poder de sociabilização, aludiu-se uma ascensão comunicacional, associando-a ao prazer, despontado constantemente por vários canais de difusão. Apesar de o ato ser exigência vital, comer virou um modo de vida com características próprias, por vezes definidoras de condições sociais, consolidando um espaço que ultrapassa as necessidades humanas em busca de diversão e entretenimento.

A alimentação envolve um complexo sistema de significados, sendo ato social, cultural, religioso, político, estético, ético etc., pois “não só de pão vive o homem” (CARNEIRO, 2003, p.1). Comer, transportado para o universo dos deleites, para Helena Maria Afonso Jacob (2006, p.6) “tornou-se, nos últimos anos, um negócio em evolução na ascendente indústria do lazer e do entretenimento”, sendo assunto de interesse de donas de casa aos *chefs* de cozinha.

³⁸ O aspecto mercadológico, posicionando a gastronomia como altamente rentável no universo dos negócios corporativos, era mais um dos viáveis pontos de discussão sobre o tema. Porém, mesmo ciente do contexto, o estudo não se direcionou a esse aspecto.

Consubstanciando a alusão, uma definição no sentido da palavra gastronomia por Márcia Algranti demonstrou:

[...] termo grego formado por *gaster* (ventre, estômago), radical *nomos* (lei) e sufixo *ia* de substantivo, ou seja, estudo e observância das leis do estômago. De estudo de leis do estômago passou a de preceitos de comer e beber bem; arte de preparar iguarias para obter delas o máximo deleite, tornando-as mais digestivas. Arte de cozinhar de maneira a proporcionar o maior prazer a quem come. Arte de regalar-se com finos acepipes e iguarias. Também se entende por gastronomia o ato de comer por mais prazer do que necessidade. (ALGRANTI, 2000, p.252).

Ao observar a relação entre alimentação e comensal como suposto campo de identificações sociais e culturais, exposto antes mesmo da concepção do que era gastronomia e como ela é compreendida atualmente, o capítulo pretendeu inicialmente contextualizar os movimentos que a originaram para em seguida perceber as principais interações entre preparações alimentícias e sujeitos. Posicionados em múltiplos espaços sociais e culturais, locais e globais, aproximados ou distanciados da cotidianidade, atestaram trânsito entre saciar a fome e o exotismo ou a fruição em degustar iguarias.

Mais do que tratar polarizadamente as interações, o meio percorrido e explorado mostrou que entre comer por necessidade ou prazer havia, em um nível histórico, aspectos naturais, materiais e técnicos, além dos econômicos e sociais; e em um nível cultural, no qual determinado regime alimentar, mesmo com inúmeras desigualdades entre as sociedades, podia revelar “uma ordem do mundo, ou antes, postulasse em seu próprio ato a inscrição possível desta ordem do mundo” (GIARD, 1996, p. 245).

Distanciando-se do centro das discussões que teceriam primordialmente o aspecto do popular na gastronomia ou sua popularização, as orientações incorporadas por este estudo direcionaram-se ao modo urbano, ao cotidiano e à forma como o rádio, por meio dos boletins analisados, procurou sonorizá-la. Afinal, como veículo de abrangente comunicação, seu apoio com a difusão do assunto pareceu oferecer suposta e relativa aproximação dos ouvintes com o “modo de comer bem”.

Antes, porém, da visão radiofônica para o tema, os relevantes dados históricos, como o protagonismo da França, país reconhecido como berço da gastronomia, discussões sobre transformações contemporâneas da “arte de comer”

e espaço da complexa e globalizada gastronomia brasileira foram marcos norteadores das análises sobre ato tão cotidianamente essencial e prazeroso.

2.1. Alimentação e primeiras disputas históricas

Como em uma narrativa à qual não se propõe um enredo linear e cronológico, a história da alimentação mereceu tratamento semelhante e muito desafiador, ora mostrando expressiva linha cronológica, ora se distanciando, para revelar confluências e resistências que permearam a condição vital para qualquer espécie humana. Como ninguém é capaz de viver privado dela, como surgiram as associações entre comida, sociedade, cultura e comunicação? Em uma direção mais audaciosa, como aconteceu o percurso de uma ação comum para uma arte de comer mais por prazer do que por necessidade, como sugere parte da definição do termo gastronomia? Ou ainda, quais foram (ou são?) os deslocamentos da definição?

Antes de analisar a alimentação como importante espaço de interações e comunicação entre sujeitos, o ponto de partida transferiu ao cotidiano a incumbência de adentrar o universo *gourmet*, pois comer é uma das funções mais elementares do dia a dia. Michel de Certeau, ao discutir o cotidiano, considerou-o como,

[...] aquilo que nos é dado cada dia (ou que nos cabe em partilha), nos pressiona dia após dia, nos oprime, pois existe uma opressão do presente. Todo dia pela manhã, aquilo que assumimos, ao despertar, é o peso da vida, a dificuldade de viver, ou de viver nesta ou noutra condição, com esta fadiga, com este desejo. O cotidiano é aquilo que nos prende intimamente, a partir do interior. É uma história a meio-caminho de nós mesmos, quase em retirada, às vezes velada. (CERTEAU; GIARD; MAYOL, 1996, p.31).

Certeau (1998, p. 40) defendeu que as ciências sociais, ao não dedicar tempo a examinar como as pessoas se apropriavam das tradições, linguagens, símbolos e arte em situações cotidianas, negavam a oportunidade de olhar o uso que elas faziam “das culturas difundidas e impostas pelas ‘elites’ produtoras de linguagem”. Diversos trabalhos orientavam-se nas representações e comportamentos dos indivíduos a partir dos produtos midiáticos elaborados pelos sistemas de produção, sem de fato observarem o que os consumidores culturais “fabricavam” ao “consumir” os produtos; havia relevâncias nos modos e manipulações, pois, libertando-se de

uma posição passiva, utilizavam-nos de formas diferentes das indicadas pelos produtores, sendo espaço apreciado para análise do uso ou consumo.

O pesquisador atribuiu às práticas cotidianas, como morar e cozinhar, as vozes não silenciadas por uma conformação. Indicou que além da habitação dos bairros pelas famílias,

[...] as virtuosidades culinárias instauram a linguagem plural de histórias estratificadas, de relações múltiplas entre desfrutar e manipular, de linguagens fundamentais soletradas em detalhes cotidianos. (CERTEAU; GIARD; MAYOL, 1996, p.32).

Então, o que seria mote do cotidiano alimentar dos indivíduos num nível histórico, sobretudo relacionando-se com seu processo de evolução? E como principiaram os desdobramentos e os conflitos sociais e culturais atrelados às preparações dos alimentos? Ainda, quais as primeiras correlações entre comer para suprir a fome ou divertir-se? Foram as iniciais inquietações que nortearam as buscas por respostas que entrelaçavam as preparações alimentícias e formas de saboreá-las.

Luce Giard (1996) ressaltou que o primeiro nível da alimentação dependia das condições naturais de uma sociedade, como as espécies vegetais e os animais disponíveis, condições das terras para cultivar os alimentos e condições climáticas, encaminhando as tentativas de respostas da primeira dúvida.

Os indivíduos alteraram a forma de vida e alimentação cotidianas em decorrência das facilidades e dificuldades na obtenção dos alimentos. O homem passou de coletor de raízes, sementes e frutos, a caçador de animais. A caça desempenhou papel fundamental nas transformações sociais, tornando-o cada vez mais organizado. As palavras de Edgar Morin atribuem importância à caça no destino da hominização³⁹:

A caça deve ser considerada um fenômeno humano total; não só atualizou e exaltou aptidões pouco utilizadas até então como suscitou novas aptidões; não só transformou a relação para com o meio ambiente; também transformou a relação de homem para homem, de homem para mulher, de adulto para jovem. Mais ainda: seus próprios desenvolvimentos, correlativamente às transformações operadas, transformaram o indivíduo, a sociedade, a espécie. (MORIN, 1975, p.67).

³⁹ Edgar Morin (1975, p.66) afirmou que a caça, além de demarcar um tempo cronológico no destino da humanidade, atestou o destino da hominização.

Sucedendo a caça, o descobrimento do fogo atribuiu nova forma de aproveitamento dos alimentos. Cozidos, foram mais bem aproveitados pelos homens. Mais ainda, ao carregar a passagem entre o cru e o cozido, o fogo indicou o aprendizado do cozimento, enaltecendo os paladares humanos e endossando o distanciamento da condição animal. Conceito registrado pelos estudos antropológicos de Claude Lévi-Strauss, no primeiro volume, intitulado *O Cru e o cozido* (2004), em sua obra *Mitológicas*.

O antropólogo, ao escrever sobre os mitos das sociedades indígenas concentradas na América tropical, correlacionou o cru ao estado animal e o cozido ao humano⁴⁰. Na obra, o homem passou a comer a carne das caças cozidas pelo fogo, ao passo que os animais as comiam cruas. A evolução relatada pelos mitos, de forma mais ou menos discreta, revelava que a conquista do fogo o distanciava dos animais. Os mitos tupi foram os mais diretos, ao indicar que heróis, ao fingirem-se de mortos (várias versões do mito foram listadas), atraíam os urubus. Donos do fogo, acendiam uma fogueira para cozinhá-los. Ao afugentar os animais, o herói tomava posse do fogo, entregando-o aos homens, que com ele transformavam-se em caçadores, e os animais em caça, invertendo a relação de dominância que possuíam. A posse do fogo foi atribuída ao jaguar, no mito bororo, indicando a origem da cocção do alimento. O mito contava sobre uma grande chuva que apagou todos os fogos, menos de um, o do jaguar. Sendo dono do fogo, os habitantes da aldeia deveriam “se dirigir a ele, para obter tições, de modo a reacender o fogo” (LÉVI-STRAUSS, 2004, p.99).

Luce Giard (1996) destacou que os relatos de Lévi-Strauss foram um exemplo de importante modelo de análise de cozinhas específicas, e o volume *O Cru e o cozido* atestou, por meio dos mitos, escolhas, proibições, preconceitos e discurso social, que reproduziam um modelo primitivo de alimentação. Interessando-se por todos os aspectos da comida, como alimentos comestíveis, modos de prepará-los, regras de absorvê-los, entre outros pontos, o antropólogo tomou como hipótese que a interligação em redes de informações gerava uma linguagem que permitia, pelo menos em parte, identificar a sociedade, inconscientemente traduzindo sua estrutura.

⁴⁰ Não há intenção de discutir um suposto, e provável enviesamento de algo que atribui apenas ao homem civilizado condições de degustar uma preparação alimentícia. A primordial ideia foi “pegar carona” na diferenciação do sabor do alimento a partir do domínio do fogo pelo homem, que no campo da alimentação estabeleceu uma distinção do animal.

A caça e o fogo pressuporiam nova forma de organização social, com a urgência de estruturação. A organização teria propiciado o desenvolvimento da comunicação, intelectualidade, cooperação e divisão das tarefas por grupos e sexo, como afirmou Catherine Perlès,

Como resposta às necessidades individuais, a alimentação torna-se progressivamente elemento essencial da estruturação dos grupos, de expressão de uma identidade própria e origem de um pensamento simbólico. Esta evolução manifesta-se muito claramente, do ponto de vista arqueológico, nas próprias opções pelos alimentos e na maneira de consegui-los. (PERLÈS, 1998, p.52).

Tratou-se, portanto, de entender o alimento transformado pelo fogo e com ele o palatável, como autenticador das diferenças entre animais e homem. O cozimento resultou na maioria das vezes em preparações culinárias, com capacidade de identificar culturalmente um grupo social humano. Seriam os primeiros desdobramentos e conflitos sociais e culturais atrelados à alimentação?

O mundo clássico destacou a comensalidade do homem cidadão, que estabelecia o momento do comer junto não somente para satisfazer a necessidade básica da saciedade, mas transformar a ocasião em sociabilidade. Nos banquetes era possível identificar os diferentes estratos sociais dos comensais e dos serviçais, e a mesa representava não somente o papel agregador, mas a separação e a diferenciação do servir na era clássica. Massimo Montanari definiu bem a condição ao indicar que,

O banquete, expressão da comunidade, representa também as hierarquias e as relações de poder no seu interior. Essas relações de poder expressam-se pelo lugar que cada um ocupa na mesa, pelos critérios de repartição dos alimentos, pelo tipo de alimentos servidos a cada conviva: é, de fato, considerado normal servir pratos diferentes durante uma mesma refeição, de acordo com a posição de cada um. (MONTANARI, 1998, p.109-110).

Outra característica importante das preparações culinárias foram os vínculos com a dietética. Havia alimentos classificados como remédios, e seu consumo era ligado à medicina. Comer determinado alimento poderia melhorar de uma ou outra enfermidade, em uma simbiose entre a cozinha clássica e o pensamento médico (MONTANARI, 1998; MAZZINI, 1998; CARNEIRO, 2003).

O termo dieta, em grego *diaita*, designava “gênero da vida”, e em particular aquilo que era “prescrito pelo médico”. Com Hipócrates, o termo *diaitètikè* (dietética) indicava a “ciência das prescrições higiênicas”, sentido conservado no período

Renascentista. Eles evoluíram e atualmente pertencem à linguagem contemporânea: “dieta” tornou-se uma forma de supressão de ingerir alimentos, e a “dietética” indica o estudo e composição de um regime alimentar, “como se o essencial de uma boa higiene de vida fosse definido exclusivamente pela alimentação recomendada” (GIARD, 1996, p. 251).

Os modelos culinários da Antiguidade foram influenciados por ordens religiosas. Na Idade Média havia certa divisão entre o tempo de trabalho manual, com mais representatividade nos feudos, e o tempo da oração, nos mosteiros. Helena Jacob (2013) identificou a sofisticação nas preparações culinárias das ordens conventuais da época, pois freiras e monges dedicavam-se às atividades artesanais. Nos mosteiros portugueses a doceria tradicional portuguesa se consagrou, e permanece enaltecida até hoje.

Destacou-se ainda a importante presença das especiarias na cozinha europeia entre as épocas medieval e principalmente a moderna. Ariovaldo Franco (2001) assinalou que as atividades econômicas geradas pelas Grandes Navegações e comércio entre Europa, América e Ásia trouxeram uma evolução culinária baseada em novos aromas e sabores, por meio da assimilação de novos ingredientes. A Europa aprendia a utilizar, além do açúcar e do trigo sarraceno, a noz-moscada, canela, gengibre, hortelã, cravo, anis, açafrão e cominho.

Jean-Pierre Poulain (2013) indicou que as especiarias durante a época medieval e do Renascimento tiveram papel fundamental na diferenciação das cozinhas, ao passo que para Henrique Carneiro (2003) a maior revolução na alimentação humana consolidou-se exatamente no período moderno. A expansão dos territórios da Europa Ocidental ao conquistar outras terras e as possibilidades do livre comércio entre os povos atestaram a inserção de produtos tropicais (cana de açúcar, chá, café, chocolate) e do Oriente (pimenta, canela, cravo, noz-moscada) nas preparações culinárias ocidentais, o contrário igualmente acontecendo.

Porém, a visão de fartura e hedonismo deslocou-se do cotidiano dos indivíduos. Giard (1996) lembrou que da Antiguidade até agora, todas as sociedades necessitaram proteger os alimentos, para não faltarem à mesa, configurando-se como a história material e técnica que procurava garantir a sobrevivência, com métodos de aproveitamento dos solos, aclimatação de espécies trazidas de outros lugares do mundo, melhorias das espécies animais e vegetais. Tudo isso se inseriu nos longos períodos herdados, levando a importância dos alimentos a outro

patamar: o aspecto econômico e social, atribuidor da imagem de prosperidade ou escassez que determinada sociedade passava em períodos específicos.

A história da multidão de camponeses encontrava-os privados da sua melhor produção para vendê-la aos que estavam concentrados nas cidades. Além disso, particularidades das pessoas que viviam no campo foram observadas pelos registros dos inventários dos falecidos, onde o “pote” ou o caldeirão figuravam como objeto essencial para os camponeses, enquanto utensílios mais complexos (escumadeiras, espeto, travessas, saladeiras etc.) apareciam em residências de pessoas consideradas mais importantes, apresentando-se como “indicações de detalhes que vêm confirmar as hipóteses do realismo social”, indicativo de que havia “hierarquização alimentar”, que corroborava a “hierarquia social” (GIARD, 1996, p. 241).

A narrativa até este ponto procurou desnudar o campo da alimentação como organizadora social, medicinal, presenciada nos banquetes, associada às ordens religiosas ou modificada pelas especiarias. Contudo, no espaço temporal da modernidade emergiram os indícios da relação entre os alimentos e as formas de representações culinárias, enaltecendo o belo e o gosto, patrocinados por uma nova classe social, a burguesia⁴¹, que apadrinhou os grandes movimentos renascentistas, atrelados à era do gosto pelas artes, literatura, música, vestimentas, estendendo-se às preparações culinárias. Segundo Franco (2001, p.141), “a profusão de alimentos que caracterizava os banquetes da Idade Média cedia lugar à concepção mais refinada dos prazeres da mesa”.

Na visão de Carlos Roberto Antunes dos Santos, as preparações culinárias ganharam dimensões históricas, quando analisadas sob a luz da História da Alimentação, estabelecendo diálogo interdisciplinar com aspectos sociais, políticos, econômicos, culturais, tecnológicos, nutricionais e antropológicos. O autor traçou um panorama histórico dos principais estudos sobre alimentação, relacionando obras e autores que dedicaram seu tempo para dar “consistência aos estudos da sensibilidade alimentar, do gosto, da gastronomia” (SANTOS, 2005, p.14).

Uma menção contemporânea que propositalmente ultrapassou a borda da linearidade dos argumentos anteriores e associou-se à de Santos (2005), para

⁴¹ A burguesia estabeleceu-se por volta do final do século XVII na França (considerada o berço da gastronomia mundial), com o início de significativas mudanças sociais. Tendo o poder político esvaziado (pois ele se concentrava na aristocracia), a nova classe social crescia em importância econômica; para sentir-se legitimada pela nobreza, passou a imitar suas maneiras (POULAIN, 2013).

pertinentemente traçar o suposto percurso dos alimentos à culinária e, por conseguinte, à gastronomia, foi da pesquisadora Helena Jacob (2006), ao propor uma diferenciação. A primeira voltava-se à forma de cozer o alimento mais ordenadamente, preocupando-se com o prato pronto; para a segunda, ares de sofisticação, refinamento, visibilidade e prazer atestavam condição adicional.

Seria possível relacionar o conceito do gosto, como precursor de uma diferenciação simbólica entre a culinária e a “arte de comer bem”, fomentada pelas condições do contexto histórico, que procurava despertar os sentidos, valorizando a contemplação e a fruição das artes de modo geral?

Há outro aspecto que se mostrou inquietante: em que momento a alimentação ganhou o espaço público? Responder a estas indagações consolidou a tentativa de encontrar os pontos definidores do termo gastronomia, a correlação do ato de comer com a diversão, e ainda os deslocamentos dessa concepção.

2.2. Gosto e percursos gastronômicos

Assunto que guarda tantas formas de olhar, qual seria o fundamental fio condutor que teceu o conceito da gastronomia? Além disso, como demonstrar os caminhos percorridos entre sua correlação com o glamoroso e a diferenciação social e identificações e representações na contemporaneidade?

Escolheu-se o momento com formas bem pronunciadas ao pressuposto originário da concepção do termo e que talvez ainda paire sobre as mentalidades conservadoras, pois sua origem esteve fortemente ligada ao conceito do belo, bom, gosto, ou do bom gosto. Conceituar o gosto não foi tarefa simplória, pois remonta ao período histórico do Renascimento. Com diversos progressos e incontáveis realizações nos campos das artes, literatura e ciências, expressando os valores humanísticos, como a racionalidade e a dignidade do ser humano, demarcou a passagem entre uma era dita das trevas para a discutida como moderna.

De tal modo, em consonância com a época de afloramento do pensamento artístico e científico, não houve estranhamentos que o gosto presente nas obras de arte, vestimentas, modos sociais e gastronomia, apregoados e apreciados pela nobreza, conduzia o “fidalgo burguês” à imitação das maneiras aristocráticas, como

forma de reconhecimento e distinção por meio dessa assimilação, conforme relatou Poulain (2013, p. 214).

Flandrin (1998c) adentrou o universo das artes e das letras para falar do conceito de bom gosto, e indicou que o termo foi encontrado nos dicionários das artes e letras, nos séculos XVII e XVIII. O autor destacou que Voltaire, no verbete “gosto”, em seu *Dictionnaire philosophique*, de 1764, assim o conceituou,

O Gosto, esse sentido, esse dom de discernir nossos alimentos, produziu em todos os idiomas conhecidos a metáfora que expressa, pela palavra gosto, o sentimento das belezas e defeitos em todas as artes: trata-se de um discernimento rápido, como o da língua e do palato, e que predispõe como ele à reflexão; como ele, é sensível e voluptuoso em relação ao bom; rejeita, com ele, o mau de forma violenta [...]. Do mesmo modo que o mau gosto, do ponto de vista físico, consiste em ser lisonjeado apenas por temperos picantes e rebuscados em demasia, assim também o mau gosto nas artes é se comprazer apenas com ornamentos artificiais e não sentir a bela natureza. (VOLTAIRE *apud* FLANDRIN, 1998c, p. 685).

O gosto, como admissível apropriação simbólica de legitimação do burguês frente à nobreza, apresenta correlações com um texto de Pierre Bourdieu⁴² sobre os gostos de classe e estilo de vida. Segundo o sociólogo (1993, p.82), a expressão sistemática das condições de existência, referenciada como estilo de vida, é produto do *habitus*, “sistema de disposições duráveis e transponíveis que exprime, sob a forma de preferências sistemáticas, as necessidades objetivas das quais ele é o produto”, presentes em diferentes posições sociais, transmutando-se em distinções simbólicas.

Segundo o autor:

O gosto, propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida. O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou *hélix* corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega diretamente à instituição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados. (BOURDIEU, 1993, p.83).

⁴² As propostas de autores direcionados a outras correntes de pensamento dos meios de comunicação de massa, divergentes dos estudos culturais, foram utilizadas apenas com o caráter de embasamento do conceito do gosto, sem ser o principal referencial teórico deste trabalho.

Poulain (2013, p. 171) ressaltou que “a sociologia dos gostos começa com Bourdieu”. Na obra *A Distinção*⁴³, lançada em 1979, ele discutiu profundamente os aspetos simbólicos das distinções entre as classes sociais. Obra na qual Bourdieu declarou os comportamentos ligados à mesa e à forma de se alimentar como do *habitus* e dos processos de apropriação dos valores simbólicos, que demarcavam as diferenças entre elites e classes populares. Foram expressões que representavam os conceitos do comer:

Ao “comer sem formalidades” popular, a burguesia opõe a preocupação em comer nos conformes. Assim, em primeiro lugar, trata-se de respeitar ritmos que implicam expectativas, atrasos, reservas: nunca se deve dar a impressão de precipitar-se sobre a comida; só se começa a comer, depois que todos estiverem servidos; ao servir-se dos alimentos, e ao retomá-los uma segunda vez, a pessoa deve proceder com discrição. (BOURDIEU, 2007, p. 186).

Bourdieu (2007) enumerou uma série de atitudes relacionadas ao comportamento alimentar que deveriam ser “a expressão de um *habitus* de ordem, conduta e reserva que não poderia ser abdicado”, como parte integrante “de uma arte de viver”, em que “o fato de comer nos conformes é, por exemplo, a maneira de prestar homenagem aos anfitriões e à dona da casa, cujos cuidados e trabalho são levados na devida consideração ao ser respeitada a ordem rigorosa da refeição”. Para o autor, a maneira de apresentar e consumir uma preparação alimentícia, a ordem dos pratos servidos numa refeição, a disposição dos convivas e a etiqueta que deveria orientá-los ao consumo, a censura de qualquer manifestação corporal (como os ruídos) e a precipitação do prazer em comer, além do requinte dos alimentos consumidos, fazendo prevalecer a qualidade em relação à quantidade, foram objetos de distinção das quais as elites confirmavam as diferenças em relação às classes ascendentes e populares.

A obra de Norbert Elias⁴⁴, denominada *O processo civilizador*, de 1939, demonstrou como os costumes diários orientados por um tratado de etiqueta de

⁴³ Há conhecimento e reconhecimento da significativa importância das obras de Pierre Bourdieu, em especial *A Distinção*, por tratar a diferença e a apropriação de valores simbólicos da classe social elitista como forma de legitimidade por aquelas consideradas ascendentes. Pela complexidade e necessidade de aprofundamento, optou-se por reservá-las para um segundo momento de possível desdobramento do trabalho.

⁴⁴ A obra do autor faz correlação com as burguesias alemã e francesa. Para este estudo tratou-se de conceder mais visibilidade à burguesia francesa, frente aos indícios da origem da gastronomia na França. Outro ponto de esclarecimento remontou à despreensão, pelo menos neste trabalho, de

boas maneiras comporiam a civilidade dos indivíduos, e como demonstrava a formação psíquica e social do homem, transformadas ao longo da história. No prefácio do livro o autor revelou o ponto central a partir de uma série de exemplos:

[...] demonstram com muita clareza um fato: o processo específico de “crescimento” psicológico nas sociedades ocidentais, que com tanta frequência ocupa a mente de psicólogos e pedagogos modernos, nada mais é do que o processo civilizador individual a que todos os jovens como resultado de um processo civilizador social operante durante muitos séculos, são automaticamente submetidos desde a mais tenra infância, em maior ou menor grau e com maior ou menor sucesso. A psicogênese do que constitui o adulto na sociedade civilizada não pode, por isso mesmo, ser compreendida se estudada independentemente da sociogênese de nossa “civilização”. (ELIAS, 2011, p.15).

Sendo anterior aos estudos de Bourdieu, e de certa forma influenciador aos postulados bourdieusianos (POULAIN, 2013), Elias (2011) observou os comportamentos à mesa, como parte do processo civilizador da burguesia parisiense. O autor descreveu que o “processo de civilização” deveria conter os instintos humanos nos momentos de alimentação, pois comer e beber atestavam centralidade à vida social daquela época, propiciando o convívio e as conversas entre as pessoas. Os seguintes relatos são exemplos dessa passagem, ao indicar que “um homem refinado não deve fazer barulho de sucção com a colher quando estiver em boa companhia”, sendo esta a maneira que “se comportam na corte pessoas que se entregam a hábitos grosseiros”, ou ainda, “não é decente enfiar os dedos nos ouvidos ou olhos, como fazem algumas pessoas, nem esgaravatar o nariz enquanto se come. Esses três hábitos são indecorosos” (ELIAS, 2011, p. 73-74).

Nas palavras de Poulain (2013), Elias procurou explicar como as normas sociais modificavam os corpos e serviam para controlar os instintos, dando à obra certo mecanismo de interiorização, ao pretender transferir a violência da esfera social para o indivíduo. Indicou que as teses de Elias não foram imediatamente aceitas, porém com provável influência para o pensamento de Bourdieu, em *La distinction*.

Porém, Giard (1996), ao comentar o postulado de Bourdieu sobre as condutas preferenciais da alimentação, vestuário, mobília, música etc., que mesmo dependentes do gosto individual não se desvinculavam da estratificação social,

discutir o conceito ou o processo de civilização. A ideia foi estabelecer uma relação do autor com os argumentos de Pierre Bourdieu.

classificando os gostos populares como vulgares, em contraposição aos gostos distintos da burguesia, além dos espaços de preferências se organizarem “segundo a mesma estrutura fundamental, a do espaço social determinado pelo volume e pela estrutura do capital” (BOURDIEU, 1979 *apud* GIARD, 1996, p. 247), a autora mostrou que essa hipótese, recebida como dogma por Bourdieu, imaginava uma sociedade inerte, como se estivesse “presa como um condenado numa estratificação em classes e subclasses bem estanques e estritamente hierarquizadas”. Ou em uma estrutura rígida, na qual apenas se deslocariam “indivíduos prontos a adotar, na parte mais visível de seu modo de viver, as maneiras de agir usadas no estrato social de acesso” (GIARD, 1996, p. 248).

A contrapartida da autora permitiu observar que “as culturas, os grupos sociais não vivem na imobilidade e seus gostos não são imutáveis”. E tratando especificamente das preparações alimentícias, advertiu que havia pratos, valorizados em determinadas épocas, que mais tarde poderiam ser descartados e classificados como “vulgares”, “grosseiros” ou “pesados”. Além disso, a comida, assim como vestir-se ou possuir ideias, estava sujeita à temporalidade, citando o exemplo do arroz, que durante parte do século XIX figurava no cardápio “do melhor estilo”, e que em 1870 “era servido mais frequentemente como prato intermediário doce do que como prato salgado acompanhando uma carne”, lembrando ainda que o queijo, atualmente associado “à imagem dos hábitos franceses”, quase não estava presente “na mesa da classe burguesa do século passado, pois conotava referência à terra” (GIARD, 1996, p. 253).

Martín-Barbero (2013) igualmente referencia a “tematização do gosto, da sensibilidade e da estética populares”, voltando-se ao gosto popular considerado contrário ao culto, sendo descartado de tudo que se relacionava com cultura. O autor resvalou no gosto alimentar, expondo:

Nos livros de história, podíamos nos informar sobre as formas de vestir ou comer, a música de que gostavam ou como os ricos organizavam suas moradas; sobre os pobres somente nos falavam de sua estupidez ou de suas revoltas, sua exploração, seu ressentimento e seus levantes: tudo isso sem cotidianidade, é claro, e sem sensibilidade. (MARTÍN-BARBERO, 2013, p.111).

Ao citar Bourdieu, o autor indicou que o conceito de distinção dirigia-se às diferenças e à distância para assegurar o gosto legítimo e o prestígio daqueles que buscavam afastar-se dos deles desprovidos, percorrendo distintos terrenos que não

apenas a arte, mas vestuário, esporte e alimentação. Contudo, a afirmação se contrapõe ao postulado do pesquisador francês por estabelecer um etnocentrismo de classe - por meio da negação deixou de considerar outros gostos e qualquer outra sensibilidade, indicando que “afirmada na distinção, a cultura legítima rechaça antes de tudo uma estética que não sabe distinguir as formas, os estilos e sobretudo que não distingue a arte da vida” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 120).

Completo com estudo de um período de 1848 a 1948, na França, que se contrapôs à investigação do “mau gosto”, indicando que pelo menos houve diferenciação entre ele e a ausência do gosto. O autor pareceu aludir que não havia sentido a dicotomia entre bom e mau gosto, como parâmetro para o popular, e que a sua ausência era uma possibilidade autêntica (MARTÍN-BARBERO, 2013).

Não é possível falar de gastronomia sem associá-la ao francês Brillat-Savarian, que em 1825 dedicou-se à obra *Fisiologia do gosto*. O marco da gastronomia filosófica francesa do século XIX condensou o conhecimento histórico e gastronômico da época, tornando os escritos um dos grandes clássicos do gênero (FRANCO, 2001; CARNEIRO, 2003). Poulain (2013, p. 222) indicou que Brillat-Savarian deu nova instância ao corpo social: o crítico gastronômico orientou a burguesia aproximada do poder e “sempre em busca de legitimidade”.

Savarian (1995) tinha a intenção de elevar o gosto ao patamar dos órgãos do sentido. Sua obra assinalou primordial definição sobre gastronomia, porque dedicou espaço a algo muito abstrato e particular, com a intenção de inseri-lo nos estudos de cunho científico. Afirmou que a alquimia culinária era a responsável pelo aprimoramento do paladar, e conseqüentemente, do despertar do prazer ao alimentar-se. Sem dúvida, propôs um novo olhar para a alimentação, enaltecendo a discussão sobre o prazer de comer e cozinhar.

A discussão não sufocou o debate sobre o espaço de visibilidade da alimentação com características elitizadas e diferenciadas. A alteração do espaço privado, destinado às refeições entre familiares e convivas, para espaços públicos, classificados como restaurantes, influenciou o cenário gastronômico. A França, principalmente nos anos que sucederam a Revolução Francesa, viu o número de restaurantes proliferar⁴⁵. Ariovaldo Franco (2001) relatou que os *chefs* que serviram

⁴⁵ Os primeiros relatos sobre restaurantes e alguns *chefs* de cozinha voltaram-se para a França pelo fato de ser considerada o berço da gastronomia. Seu desenvolvimento apareceu como resultado “da autonomização do pensamento gastronômico em relação ao pensamento erudito, da dinâmica social

à aristocracia eram contratados pelos novos espaços de comer. Vários abriram os próprios estabelecimentos. Para Poulain (2013), os *chefs* ficaram diante da alternativa de seguir o nobre no exílio ou permanecer na França. Aqueles que selecionaram a primeira opção, tornaram-se um *frisson* na cidade onde se instalaram, participando do desenvolvimento da influência francesa na cozinha europeia. Os que permaneceram no país, ou serviam aos novos detentores do poder ou abriam o próprio restaurante.

Portanto, no período pós-Revolução Francesa Paris conheceu dois grandes nomes da gastronomia: Auguste Escoffier e Antonin Carême, considerados os pais da alta gastronomia mundial (FREIXA e CHAVES, 2009 *apud* JACOB, 2013), reconhecida como *haute cuisine*.

A *haute cuisine*, por sua vez, surgiu como movimento da gastronomia francesa apoiado no gosto dos alimentos, pois predominava até o momento o papel central da distinção que as especiarias permitiam durante a época medieval e a Renascença. Com os progressos da navegação e a descoberta do Novo Mundo, elas se tornaram menos caras e mais banais, sendo então abandonadas como sinal de raridade e luxo. A gastronomia francesa passou a concentrar sua especialidade na autenticidade do alimento, sem o mascaramento propiciado pelos fortes temperos (POULAIN, 2013).

Escoffier foi significativamente importante porque sistematizou em manuais as regras da alta gastronomia, além de antecipar tendências futuras, com pratos que utilizavam ingredientes frescos, em detrimento daqueles que duravam mais tempo ou preservados pelas emergentes técnicas de enlatar e salgar os alimentos. Outra grande influência de Escoffier foi a criação dos cargos e a atribuição de tarefas aos ajudantes dos *chefs*, modelo utilizado até hoje nas renomadas cozinhas (JACOB, 2013). Escoffier contribuiu, nas palavras de Ariovaldo Franco (2001, p.221), com a “especialização da atividade culinária em setores, íntima interdependência da equipe e abreviações do tempo das preparações dos pratos”.

Carême, outro grande protagonista da história da gastronomia do século XIX, criou novos pratos, como patês, suflês, tortas salgadas e doces, muitos deles em formato de esculturas de animais. Os primeiros bolos confeccionados em andares, cobertos de chantilly e confeitos, foram invenções a ele atribuídas. Com extrema

da distinção, da busca do gosto como eixo de desenvolvimento da criatividade culinária, e, finalmente, da ética católica” (POULAIN, 2013, p. 224).

preocupação visual dos pratos elaborados sob seu comando, acreditava que não existia dissociação entre excelente sabor e aspecto visualmente irresistível (JACOB, 2013).

Todavia, descontentamentos em relação aos paradigmas da cozinha tradicional francesa, a *haute cuisine* de Escoffier e o movimento denominado *fast food*⁴⁶ foram características presentes em mais um fomentado deslocamento da expressão gastronômica: a *nouvelle cuisine*, surgida na década de 1970 e idealizada pelos *chefs* franceses Jean e Pierre Troisgrois, Paul Bocuse, Michel Guérar, Roger Vêrger e Raymond Olivier (JACOB, 2013).

A *nouvelle cuisine*, apesar da crítica aos processos de maximização da produtividade *fast food*, não deixou de adequar-se ao novo modelo social da época, atestando certa facilidade na elaboração dos pratos requintados, distantes dos molhos pesados da gastronomia clássica, ou mesmo das suas grandes porções de comida. Jacob (2013) expôs que a inspiração para a nova “cozinha” veio do minimalismo da cozinha japonesa, com adicionais particularidades, como redução do tempo de cocção dos alimentos, finalização e decoração dos pratos com grande requinte, além das porções pequenas e distribuídas em vários pratos. Esses preceitos foram marcas expressivas nas décadas de 1980 e 1990, e que até hoje exercem forte influência nos demais países.

A partir da contextualização dos tradicionais e conservadores postulados sobre a gastronomia francesa, os dois últimos desdobramentos em destaque nas sentenças acima merecem um olhar diferenciado que dividiu com o resto do mundo o deleite da preparação ou degustação de um prato culinário, abrindo espaço à discussão dos tensionamentos entre as cozinhas internacionais e regionais, e entre elas próprias, passo fundamental para retornar às representações que atualmente o tema permite.

Concluindo sobre a significação do gosto, apesar do inegável elitismo destinado no espaço histórico de sua concepção, não se pode classificá-lo como imóvel ou expressivo de determinada classe social, pois sua abstratividade remontou-o e o restabeleceu frente aos movimentos sociais e culturais de determinadas épocas. A participação de renomados *chefs* de cozinha da atualidade

⁴⁶ Segundo Henrique Carneiro (2003), o *fast food* é fenômeno de produção e consumo em série, com forte presença inicial nos Estados Unidos, que se apresenta como uma das formas contemporâneas da alimentação. A aplicação do taylorismo, que era a divisão e a racionalização do trabalho, trouxe a facilidade e homogeneização nas preparações culinárias. O conceito é mais bem observado adiante.

em eventos populares, como as feiras gastronômicas ou de rua, foi substancial exemplo das transformações do universo *gourmet*.

Nas palavras de Luce Giard, toda prática alimentar revela um “empilhamento silencioso de toda uma estratificação de ordens e contraordens” dependentes conjuntamente de etno-história, biologia, climatologia, economia regional, invenção cultural e experiência pessoal, sendo tão fortemente culturalizada quanto foram os aspectos de saúde e boa educação à mesa, observando,

Sua escolha depende de uma soma de fatores positivos e negativos, fatores por sua vez dependentes das determinações objetivas do tempo e do lugar, da diversidade criadora dos grupos humanos e das pessoas, da contingência indecifrável de micro-histórias. (GIARD, 1996, p. 251-252).

2.3. Movimentos contemporâneos na gastronomia ou nova gastronomia?

A cozinha francesa e as demais que se espalharam pelo mundo apresentaram transformações que acompanharam o contemporâneo percurso histórico. Afinal, nada é tão dinâmico como o universo da gastronomia; o dinamismo e as novas formas de apresentações são competências do tema.

A revolução industrial do final do século XIX intensificou a produção de alimentos; a grande massa populacional transitava do campo para a cidade e a indústria passou a fornecer produtos alimentícios mais baratos e produzidos em larga escala. Os avanços tecnológicos apoiaram as transformações, pois a mulher, migrando para a cidade e sendo força de trabalho nas indústrias, não tinha mais tempo para elaborar as complexas preparações culinárias. Iniciou-se a era dos aparelhos eletrodomésticos, que contribuíram posteriormente com a automatização das tarefas mecânicas de moer, liquidificar, bater massas, picar (JACOB, 2013). A autora indicou a transformação no cotidiano alimentar com as seguintes considerações:

Os eletrodomésticos criaram uma nova mediação entre a produção e o consumo de alimento. Um liquidificador que bate um alimento e o modifica para o formato de purê, transforma esse alimento em um novo produto, um novo signo - agora, purê, não mais batata. Quando este purê era fabricado apenas pela força humana, a mediação era diferente, assim como o produto final; certamente o purê resultante continha pedaços do alimento original, o que não ocorre com o aparato mecânico que utiliza a energia elétrica no seu funcionamento, que tem força para homogeneizar o purê, tornando todas as suas partes iguais. (JACOB, 2013, p. 44-45).

O poder de homogeneização das preparações alimentícias, permitido pelos aparelhos eletrodomésticos, gerou uma apresentação igualitária dos alimentos, impulsionando a representação da comida na mídia, pois criou um parâmetro que sugeriria a possibilidade de fazê-los em casa, da mesma forma que eram preparados nas cozinhas profissionais (JACOB, 2013).

O *fast food* foi outro exemplo de transformação cultural da alimentação, com grande aderência das pessoas. Representado por um tipo de refeição consumida em espaços funcionais, que não idealizavam os rituais de preparação, degustação e conforto, surgiu em 1950 com uma rede de lanchonetes americanas chamada *McDonald's*. A racionalização do tempo passava a ser determinante fator das condutas e modos de vida dos sujeitos (JACOB, 2013).

Contudo, o *McDonald's* tornou-se o primeiro restaurante mundial, com localização inclusive na França, “país da gastronomia”, com as primeiras instalações em 1974. Hoje, esse espaço de comer ocupa posição paradoxal, posicionando-se ora como símbolo de uma “má alimentação”, ora como “fórmula de produção de refeições completamente integrada” às práticas dos indivíduos na vida contemporânea (POULAIN, 2013, p. 29).

Mesmo o padrão homogeneizante *fast food* do *McDonald's* não abandonou os particularismos regionais e nacionais, pois as preparações alimentícias procuraram adaptar-se aos hábitos dos acolhedores, como a criação do hambúrguer *royal* para os franceses, batatas fritas regadas ao molho de queijo em Quebec (Canadá) ou o café, inicialmente produzido por máquinas que seguiam o padrão leve do tipo americano, que se modificou para serem respeitados os sabores locais (POULAIN, 2013).

Henrique Carneiro (2003, p. 19) assinalou que a cultura do *fast food* apresentou-se como “rico material indispensável para as análises sociológicas de distintos grupos humanos”, pois a partir do padrão surgiram, principalmente, as flutuações dos horários alimentares e alterações do papel feminino no universo culinário, não sendo mais fundamental organizador das tarefas da cozinha, tão presente nos rituais comensais da família.

A industrialização dos objetos trouxe a mecanização das tarefas elementares, transformando diretamente o cotidiano das cozinhas. Com inegáveis efeitos benéficos, substituindo as árduas tarefas de cozer em fogões a carvão ou a lenha, ou facilitar a reprodução das receitas com batedeiras, liquidificadores, espremedores

de frutas, descascadores, descaroçadores, entre outros, possibilitou um campo do esquecimento das receitas das gerações passadas. Estabeleceu-se correlação entre os gestos manuais que, supridos pelos aparelhos elétricos, levariam ao esquecimento das receitas elaboradas manualmente (GIARD, 1996).

Mas não pararam aí os conflituosos movimentos relacionados aos requintes gastronômicos franceses. Citado como movimento que contestava a *haute cuisine*, a *novelle cuisine*, no início dos anos 80, exaltou os pratos rústicos e naturais que afrontavam as hierarquias gastronômicas. Voltado à cozinha regional, permitia a ideia da “valorização da simplicidade rústica e da qualidade natural” que não deveriam “ser desprezadas em relação à sofisticação e à arte complexa da alta gastronomia” (POULAIN, 2013, p. 31).

Nesse período, os livros com receituários gastronômicos procuravam, pelo menos na França, transcrever as receitas clássicas francesas em linguagem simples e moderna, suscetíveis à reprodução, mesclando as tradições culinárias, para em seguida apresentar os grandes *chefs* contemporâneos e as cozinhas regionais (POULAIN, 2013).

O paradoxal da *novelle cuisine* foi posicionar as tradições alimentares locais frente à grande cozinha, tornando-se lugar de resistência cultural. Os discursos, dos consumidores e atores que produziam as refeições, viam-na como autêntica e estável diante das transformações e dos ciclos da economia mercantil. Em um mundo de grandes mutações, preservar as tradições alimentares era testemunhado como identidade cultural. Poulain (2013, p. 35) afirmou que “cada vez que identidades locais são postas em perigo, a cozinha e as maneiras à mesa são lugares privilegiados de resistência”.

Contudo, advertiu o pesquisador, em uma visão mais aprofundada dos estudos sociológicos, históricos e antropológicos, haveria rugas na concepção ingênua do universo tradicional da cozinha, pelo fato de as grandes preparações culinárias utilizarem, na maioria das vezes, produtos originários do mundo moderno, além de técnicas de preparação e modos de consumo distintos dos lugares naturais da sua concepção (POULAIN, 2013).

O autor indicou que uma patrimonialização contemporânea alimentar⁴⁷ foi o sinal de distintas transformações das representações sociais, com o surpreendente,

[...] movimento transocial que coloca como patrimônio comum práticas oriundas de espaços sociais populares, burgueses e aristocráticos, dos quais alguns se inscrevem explicitamente nas lógicas da distinção social. A gastronomia, no sentido aristocrático ou burguês, aparece hoje como um bem comum do conjunto da comunidade francesa. Ao mesmo tempo, as culturas alimentares locais são rotuladas de "gastronomia" e fala-se agora de patrimônios gastronômicos regionais. (POULAIN, 1997b, 2000 *apud* POULAIN, 2013, p. 35).

Passado o início turbulento dos adeptos da “nova cozinha francesa”, que associava a tradição erudita às cozinhas regionais, rompentes dos cânones da gastronomia clássica do século XIX, surgiu outro movimento gastronômico: os defensores de uma cozinha internacional, que passaram a percorrer o mundo com interesse pelas cozinhas estrangeiras, abrindo espaço às mestiçagens e às misturas de elementos de diversas etnias, denominado *world cuisine*. O “gosto pelas cozinhas exóticas e pelas mestiçagens” dos grandes *chefs* franceses “surgiu no mesmo movimento que os levou para a terra, para o regional” (POULAIN, 2013, p. 36).

O passo permitiu a visibilidade de cozinhas internacionais inspiradoras dos *chefs* contemporâneos, direcionando-os ao reconhecimento de tradições culinárias antes vistas como “subculturas” frente à francesa. Nas palavras do pesquisador,

Esses encontros com outras culturas alimentares irão a princípio contribuir para o desenvolvimento de cozinhas eruditas de inspiração local e permitir o nascimento das "novas cozinhas" quebequense, japonesa, australiana, californiana, alemã... que defendem, agora com um verdadeiro brio, vários *chefs* jovens. (POULAIN, 2013, p. 37).

Concluindo,

A querela da *world cuisine* deve ser colocada no contexto da modernidade alimentar. A supervalorização da tradição popular, da terra e dos produtos "autênticos" opõe-se às angústias ligadas ao desenvolvimento da industrialização alimentar e aos riscos de diluição das identidades locais e nacionais na mundialização ou no interior de espaços mais amplos, como a Europa. (POULAIN, 2013, p. 37).

Exemplo pode ser atestado com a premiação que a revista britânica *Restaurant*⁴⁸, conhecida por classificar os mais célebres restaurantes mundiais,

⁴⁷ A patrimonialização da gastronomia francesa está ligada ao fato de não querer ser reduzida à cozinha e às maneiras das elites, sendo um “patrimônio” reivindicado por todos os cidadãos franceses, em qualquer posição social. Assim, na França, “a gastronomia apresenta-se como ‘fato social’ de primeira importância para compreender a originalidade da sociedade francesa e de sua organização” (POULAIN, 2013, p. 207).

atribuiu em 2013 os primeiros lugares a estabelecimentos espanhóis, dinamarquês, italiano e novaiorquino⁴⁹. A atualização da lista em 2014 não posicionou qualquer restaurante francês entre os cinco melhores do mundo⁵⁰. A sétima posição em 2014 foi atribuída ao *chef* brasileiro Alex Atala, do *D.O.M.* (São Paulo, Brasil), que desceu uma posição no ranking, pois esteve colocado em sexto lugar em 2013. Ainda em 2012, o célebre brasileiro chegou ao quarto lugar da prestigiada lista⁵¹.

Viu-se, portanto, que os movimentos contemporâneos da gastronomia revestiram de nova roupagem o conceito, ultrapassando os limites territoriais franceses. Apesar de não perder o foco glamoroso, a valorização dos produtos rústicos e regionais, a aproximação com conceitos apregoados pelo *fast food*, considerada a antítese da gastronomia, a possibilidade de elaborar um prato culinário semelhante aos famosos orquestradores dos espaços de cozinhas profissionais e o interesse pela mestiçagem étnica, abriram sem precedentes um caminho de enfrentamentos e regionalização do tema. Campo extremamente rico para abarcar as acepções, o Brasil pareceu destinar um lugar com méritos em demonstrar os movimentos contemporâneos e resistentes da área.

2.4. Gastronomia brasileira e mundializada

Os pronunciados envolvimento entre requinte e ostentação, e regional e cotidiano, ganharam amplo espaço na gastronomia brasileira. Em consonância com os modernos encaminhamentos mundiais sobre o assunto, de certo, a alimentação nacional mostrou-se como resultado das significativas miscigenações culturais atuantes no país. As origens remontam aos indígenas, portugueses e africanos, num primeiro momento, para depois consolidar a presença de italianos, espanhóis, japoneses, holandeses, enfim, vários povos com expressivas influências em nossos hábitos alimentares. A presença estrangeira é claramente observada nos tipos de

⁴⁸ Anualmente, em Londres, desde 2002, a revista conta com mais de 900 especialistas em gastronomia para elencar os melhores restaurantes mundiais. Disponível em: <<http://www.theworlds50best.com/>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

⁴⁹ Disponível em: <<http://www.theworlds50best.com/list/past-lists/2013>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

⁵⁰ Disponível em: <<http://www.theworlds50best.com/list/1-50-winners>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

⁵¹ Disponível em: <<http://www.theworlds50best.com/list/past-lists/2012>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

restaurantes, livros e revistas que abordam a culinária e a gastronomia, nas festas populares, religiosas ou de rua, e nos diversos programas de televisão e de rádio, espalhados pelo Brasil. Hoje é possível, numa cidade como São Paulo, que possui 55 mil estabelecimentos distribuídos em 52 tipos de cozinhas diferentes, presenciar o multiculturalismo percorrendo diversos sabores do mundo⁵².

De certa forma a gastronomia possui um grau de participação na vida cotidiana urbana do brasileiro. As pessoas comentam, frequentam festas, eventos e restaurantes, inscrevem-se em cursos rápidos, harmonizam pratos com diferentes bebidas, buscam comidas e temperos exóticos. Mesmo sem materializar as ações, a grande exposição no *mass media*⁵³ permite material que leva qualquer sujeito que se interessa pelo tema a adentrar o espaço ou divertir-se com ele⁵⁴.

Se isso não fosse verdadeiro, como explicar a aparição num veículo de comunicação como o rádio? Ainda, quais as aproximações e distanciamentos que a gastronomia brasileira possui com os correlacionados movimentos mundiais? Apesar de particularidades, as respostas pareceram convergir para uma direção: as transformações percebidas especialmente nas últimas décadas.

E Alex Atala, um dos mais respeitados *chefs* de cozinha, um ponto para a discussão do cenário *gourmet* contemporâneo nacional, que notoriamente possui peculiaridades e complexidades. Com projeção reconhecida internacionalmente - afinal, seu restaurante *D.O.M.* é o único do Brasil entre os dez restaurantes

⁵² Segundo fontes da São Paulo Outlook (anúário de 2013), Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo (SPTuris) de 2014 e Associação Pizzarias Unidas do Estado de São Paulo, a cidade paulistana possui 55 mil estabelecimentos, dos quais 15 mil são restaurantes, 500 churrascarias, 250 restaurantes japoneses, 20 mil bares, 3,2 mil padarias, 4,5 mil pizzarias, 60 restaurantes vegetarianos e 2 mil opções de delivery. Ainda, apresenta-se como a segunda em número de restaurantes, e é tida como a capital latino-americana de boa mesa. Disponível em: <<http://visitesaopaulo.com/dados-da-cidade.asp>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

⁵³ Um reduzido percurso para identificar a presença da gastronomia na mídia demonstrou alguns exemplos: dois jornais da capital paulista, *Folha de S.Paulo* e *Estado de S.Paulo*, com cadernos semanais exclusivos, *Comida* às sextas-feiras e *Paladar* às quintas-feiras, respectivamente; revistas como *Go Where Gastronomia*, *Alta Gastronomia*, *Prazeres da Mesa*, *Revista Gourmet*, *Mercado Gastronômico*, apenas para citar especializadas no assunto. Ainda, a programação da TV exhibe quadros ou programas dedicados ao tema, como: *Mais Você* (Rede Globo), *Hoje em Dia* (Rede Record), *Bom dia*, *Mulher* (Rede TV), *Pra Você e Todo Seu* (TV Gazeta) nas TVs abertas, e *Que Maravilha!*, *Diário do Oliver*, *Jamie Oliver*, *Nigella*, *Receitas de Chuck* (GNT) e *Palmirinha Onofre*, *Homens Gourmet*, *Brasil no Prato*, *O Sabor da Vitória* (Fox Life), nas fechadas.

⁵⁴ O contexto analisado por este estudo voltou-se primordialmente ao modo de vida relativo às cidades.

recomendados pela revista *Restaurant* - sem dúvida, é considerado uma representação do *chef* brasileiro⁵⁵.

Uma das primeiras argumentações que endossaram a escolha foi o fato de, além de assinar os pratos de um restaurante considerado requintado e luxuoso, manter outro estabelecimento, *Dalva e Dito*, que se referencia como cozinha brasileira afetiva, trivial e tradicional.

Deve-se observar a diferenciada definição dos estabelecimentos de comer de Alex Atala: o *D.O.M.* apresenta-se em seu endereço na internet como

Criado em uma época na qual havia pouco conhecimento sobre os sabores do Brasil, o *D.O.M.* nasceu projeto e hoje é realidade. Uma realidade genuína que reverbera por todo o mundo difundindo ingredientes como açaí, jambu e tucupi. Não por imodéstia... por missão. Atualmente considerado o 6º melhor restaurante do mundo pelo S. Pellegrino World's 50 Best Restaurants, o *D.O.M.* é um restaurante singular, sem pretensão de ser eloquente. Ao contrário, sua mensagem é sintática e pungente: sair da zona de conforto e propor uma nova experiência **gastronômica**, resgatando os sabores mais autênticos da cozinha brasileira sob um olhar contemporâneo⁵⁶. [grifo meu].

Dalva e Dito assim se define,

Inspirado nos livros de receitas das mães, avós, tias e sogras, o restaurante *Dalva e Dito*, do chef Alex Atala, evoca uma **cozinha brasileira** afetiva servida em um cenário que mescla o rústico e o moderno em São Paulo. Aberta em 2009, a casa é a realização de um sonho antigo do chef de oferecer a **cozinha brasileira** dentro de um padrão internacional, preparada com a aprimorada técnica da baixa temperatura, mas sem perder o charme e os sabores de nosso receituário mais tradicional e trivial⁵⁷. [grifos meu].

A pesquisadora Helena Jacob (2006) analisou a existência de certa diferenciação entre gastronomia e culinária, indicando refinamento e sofisticação para a primeira, ao passo que a segunda apresentava-se como a forma de cozer os alimentos mais ordenadamente, preocupada com o prato pronto. O fato pareceu corroborar a intenção nas apresentações de ambos os estabelecimentos, demarcando diferenças, inclusive ao utilizar as palavras gastronomia e cozinha, classificando-os. Luce Giard (1996) igualmente revelou a separação entre os rituais solenes e glamorosos da gastronomia direcionados aos *chefs* masculinos e a quase invisibilidade da culinária, com as receitas tradicionais e íntimas do lar feitas pelas

⁵⁵ Disponível em: <<http://domrestaurante.com.br/pt-br/sobre.html>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

⁵⁶ Disponível em: <<http://domrestaurante.com.br/pt-br/sobre.html>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

⁵⁷ Disponível em: <<http://www.dalvaedito.com.br/restaurante.htm>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

mulheres. Ambos os restaurantes sugestionavam as diferenças, mesmo sendo um homem à frente. Nas palavras da autora,

[...] cozinhar é o suporte de uma prática alimentar, humilde, obstinada, repetida no tempo e no espaço, com raízes na urdidura das relações com os outros e consigo mesmo, marcada pelo "romance familiar" e pela história de cada uma, solidária das lembranças de infância com ritmos e estações. [...] Atividade multiforme considerada tão simples ou até um pouco tola, salvo nos casos raros em que é elevada à excelência, ao extremo requinte - mas isto já é questão de *grands chefs*, que são homens, é claro. (GIARD, 1996, p. 219).

Comparando definições e considerações das pesquisadoras, a cozinha afetiva ficou mais aproximada do *Dalva e Dito*, reservando ao *D.O.M.* os lauréis da gastronomia. Porém, ambos assinalaram convergências significativas com os movimentos contemporâneos, voltados aos ingredientes regionais, exóticos, miscigenados ou, como afirmado por Jean-Pierre Poulain (2013 p. 37), o “desenvolvimento de cozinhas eruditas de inspiração local” e “a nova cozinha mestiça”, por indicarem claramente ingredientes da cozinha indígena, da região norte do Brasil ou produzida por pequenos agricultores locais, espalhados por diversos Estados.

Alex Atala indicou ingredientes intitulados “parceiros” nas preparações gastronômicas no *D.O.M.*: a priprioca (típica raiz da Amazônia, antes utilizada apenas pela indústria cosmética); os arrozes preto, vermelho e miniarroz, cultivados por um rizicultor no Vale do Paraíba; o palmito pupunha, produzido por uma fazenda em Jaú, e ervas, flores e brotos hortados por uma pequena estufa em Cerquilha, ambas no interior de São Paulo; e formigas, que apresentam-se como tradição em etnias indígenas da região amazônica⁵⁸.

No *Dalva e Dito*, o cardápio indicava na seção “Para matar a saudade da vovó, das tias, das mães...”, as opções de arroz de forno caseiro, palmito pupunha ao forno, purê de mandioquinha, purê de batata com pequi, batatas crocantes, salada de batata, tropeirinho mineiro, mandioca gratinada com manteiga de garrafa e queijo coalho, feijão do dia, ovo frito. Na parte destinada às sobremesas, “Para adoçar a vida”: Romeu e Julieta, creme de papaia com catuaba, seleção de doces da fazenda com queijo fresco, creme de chocolate e priprioca, pudim de leite etc.

As hibridações exemplificadas por esse personagem de reconhecimento mundial pareceu atestar a confluência das tradições da cozinha regional brasileira

⁵⁸ Disponível em: <<http://domrestaurante.com.br/pt-br/sabor.html>>. Acesso em: 24 dez. 2014.

aos movimentos internacionais gastronômicos: com o *D.O.M.*, a aproximação com a *nouvelle cuisine* e a *world cuisine*, com o *Dalva* e *Dito* a cozinha regional, afetiva, cotidiana. Seriam os ingredientes nativos e exóticos os consubstanciadores que ofereciam distinção a um e tradições alimentares e cotidianas à representação do outro? Afinal, foram os saberes originários da cozinha brasileira, com a miscigenação de três raças fundamentais - indígena, escravo negro e colonizador português - que deram o tom das variações dos pratos alimentícios em território nacional.

Com breve retomada da história da alimentação nacional, apesar dos esparsos registros sobre o assunto, até o começo do século XX Luís da Câmara Cascudo (2011), em sua expressiva obra *História da alimentação no Brasil*, traçou um panorama desde a época do descobrimento até a atualidade, apresentando inicialmente o cardápio indígena, com alimentos desconhecidos do português colonizador, como mandioca e palmitos, a dieta africana e as cozinhas portuguesa e brasileira. O autor buscou reconstruir as especificidades alimentares regionais, dentro de uma abordagem sociológica e com o objetivo principal de caracterizar a alimentação no Brasil colonial, tendo como referência alimentos nativos e miscigenações africana e portuguesa.

No Brasil descoberto, a farinha da mandioca, milho, mingau, pirão de peixe ou carne, e pimenta como condimento, pertenciam ao cardápio indígena. A banana, apesar de ser a fruta mais popular do Brasil, não é citada nos primeiros registros dos textos coloniais. Diversos relatos indicaram a fruta como originária da África ou presente na Índia (CASCUDO, 2011).

Dos escravos, a dieta brasileira incorporou o azeite de dendê, inhame, a pimenta africana que recebia o nome da sua localização de origem - Malagueta, e o único animal africano que continuou no cardápio brasileiro: a galinha-d'Angola. A marcante presença africana em nossa cozinha ficou demonstrada nas palavras do autor,

O inhame, o óleo-de-dendê, a pimenta avassalante, as sementes de frutas, secas ou aromatizadas, as folhas tenras, e sobretudo o cimento das papas, os mingaus negros, o alimento líquido e semilíquido, resistem sem esforço à maré montante do universalismo culinário ou a presença da cozinha obstinada dos antigos colonizadores europeus. (CASCUDO, 2011, p. 179).

Como referência da instalação da cozinha portuguesa no Brasil, Cristiana Loureiro de Mendonça Couto (2012) relatou que o *Cozinheiro imperial*, publicado

pela primeira vez em 1840, foi o primeiro livro de cozinha brasileira do qual se teve notícia. Com várias edições no século XIX, os textos culinários apresentavam receitas portuguesas e francesas. A autora expôs que a segunda fonte de receitas, o livro *Doceiro nacional*, datado de 1895 (4ª edição), foi um exemplo da especialização dos receituários culinários brasileiros. O receituário abordava o preparo de geleias, compotas, tortas, biscoitos, licores, xaropes, pudins e sorvetes, sendo o principal ingrediente o açúcar.

Apesar das heranças portuguesas trazidas ao atravessar o Atlântico, como os animais que produziam leite e ovos (bovinos, ovinos, caprinos, suínos, galinhas), além do azeite de oliva, o trigo, parreira e frutas - figo, romã, laranja, limão, cidra e melão - (FREIXA e CHAVES, 2008), o açúcar certamente dominou a influência da cozinha portuguesa no Brasil.

Gilberto Freyre, nas obras *Casa-Grande & Senzala*, de 1933, e *Açúcar*, de 1939, registrou os primeiros trabalhos de cunho científico sobre a alimentação brasileira. Freire (1997a) refletiu sobre a importância do açúcar como ponto de apoio da aristocracia colonial. Além da monocultura da cana-de-açúcar, que abastecia o mercado europeu e era a base econômica do Brasil, identificou a instabilidade na cultura da mandioca, abandonada pelos índios, a dificuldade do cultivo do trigo, pelas condições climáticas, e falta de carne fresca, leite e ovos, mostrando a deficiência alimentar gerada pelo primordial interesse no açúcar.

Em *Açúcar*, o sociólogo (1997b) abordou a importância dos doces tradicionais da região nordeste do Brasil, apresentando doces, bolos, compotas e sorvetes, da nossa rica diversidade frutífera. Misturavam-se nomes de festas (Carnaval, Semana Santa, São João, Natal), de famílias que os criaram (Cavalcanti, Leão, Souza), de referências religiosas (bolo divino, papos de anjo, manjar do céu), contando parte do Brasil por meio das tradicionais preparações culinárias.

Santos (2005, p.18) identificou a obra *Açúcar* como grande contribuidora às práticas e hábitos alimentares nacionais, com a utilização do açúcar no Brasil, destacando que “o saber culinário em forma de receitas, transmitido de mãe para filha, muitas vezes encerrando segredos culinários, constitui para Freyre uma espécie de ‘maçonaria das mulheres’”.

Giard (1996, p. 250, p. 255), ao correlacionar a memória e a comida, propôs ligações das preferências ou das aversões alimentares fundamentadas na infância, aproximadas ou afastadas da orientação e gostos maternos, indicando que comer

concretizava “um dos modos de relação entre as pessoas e o mundo, desenhando assim uma de suas referências fundamentais no espaço-tempo”. Foi o argumento que colocou os segredos culinários transmitidos entre gerações como imortais para a autora, completando que havia guloseimas que guardavam “memórias obstinadamente fiéis ao maravilhoso tesouro dos sabores da infância”.

Para Dolores Freixa e Guta Chaves, a gastronomia brasileira iniciou-se a partir do século XVII, com o entrelaçamento entre as culturas africanas, regionais e europeias e a implementação dos engenhos de açúcar no Nordeste. Segundo ambas:

É na casa-grande que se destaca a influência da cozinha portuguesa, com as técnicas culinárias e a feitura dos doces. As receitas eram das sinhás, mas as adaptações foram feitas com os ingredientes que havia por aqui, moldados pela mão escrava africana. (FREIXA; CHAVES, 2008, p.177).

Adiante, no século XVIII, com o açúcar em decadência, a descoberta do ouro e do diamante em Minas Gerais, e posteriormente, no século XIX, as lavouras de café na região Sudeste, novamente mudaram as características alimentares nacionais. O cardápio brasileiro, representado por um país independente, sofreu alterações com a abertura dos portos, aliando à cultura a culinária de distintas nações. Incorporou-se, principalmente, a comida italiana aos gostos nacionais, com a vinda dos imigrantes para o cultivo do café, que substituíram os escravos, alforriados pela Lei Áurea (FREIXA; CHAVES, 2008).

O retrocesso histórico foi intencionalmente provocado para atestar a inserção brasileira no universo hedônico da alimentação. Diante das origens, viu-se inegavelmente a hibridização da matriz alimentar brasileira, e de certa forma personificada na cozinha do internacional *chef* Alex Atala. Com o *D.O.M.* ele permitiu a aderência do Brasil ao cenário da gastronomia mundial. E o *Dalva e Dito*, abriu espaço ao tema da cotidianidade e relação entre alimento e afetividade. Contudo, ambos revelam substanciais assimilações de ingredientes ou pratos que remetem às raízes brasileiras.

No Brasil, mesmo associando os grandes *chefs* de cozinha ao universo masculino, as atribuições foram dadas a algumas mulheres, como à *chef* Carla Pernambuco, do restaurante *Carlota*, que apostou na reinvenção de pratos tradicionais com ingredientes diferenciados ou atribuindo nomes sofisticados às receitas cotidianas, procurando associar *status* gastronômico às preparações

simples, como destacou Jacob (2012) para uma sobremesa tradicional brasileira, a goiabada com queijo, transformada em “sufê de goiabada com calda de Catupiry” no restaurante da *chef* brasileira. A alusão à glamorosa sobremesa mostrou-se pertinente:

Tecnicamente simples na linguagem da culinária, a receita se destaca gastronômica por unir bons ingredientes a um preparo simples, que resulta em alta qualidade no prato e, por consequência, uma imagem de que aquela receita é sofisticada ao ser tão simples. Essa é uma das características mais curiosas da gastronomia: os pratos mais sofisticados, na maioria das vezes, são aqueles que usam os ingredientes mais simples, em muitos casos, justamente por prezar aquilo que tem alta qualidade de produção. Desse critério muitas vezes deriva o alto custo da gastronomia, traduzindo o valor simbólico da qualidade em valor de troca. (JACOB, 2012, p.7).

Helena Jacob abordou a regularidade ao destacar o luxo gastronômico a alimentos regionais apresentados com excentricidade, como os queijos cultivados há anos, bebidas encontradas em lugares únicos, frutas que nascem apenas em determinadas condições climáticas, identificadas como “iguarias gastronômicas da contemporaneidade”, ressaltando trufas brancas, champagne francês e presunto espanhol pata negra (JACOB, 2012, p.7).

Porém, Giard (1996, p. 242-243) teceu uma real crítica sobre as cozinhas regionais intuídas na expressividade glamorosa. Independentemente da classe social que as apreciava, a coerência interna havia se perdido, pois como as pessoas se transportavam entre um continente e outro, os produtos típicos dos países atravessavam fronteiras. Portanto, os *gourmands*, ao saborear as “cozinhas exóticas”, experimentando “novos sabores, estranhas combinações, receitas inesperadas”, em uma sucessão que a autora chamou de “pratos típicos”, não podiam compreender mais a sua origem, pois “mil supostas cozinhas” fabricavam nas cidades pratos exóticos simplificados, adaptados “aos hábitos anteriores e às leis de mercado”, indicando que, na verdade, as pessoas comiam “fragmentos de culturas locais”. Ainda propôs como causa “a regularidade das provisões ao longo de todo o ano”, dos legumes e frutos, além da possibilidade de serem importados fora das estações ou sofrerem interferência em sua maturação por diversos processos.

Uma passagem de Jesús Martín-Barbero e Germán Rey deu pistas sobre aproximações e distanciamentos que pareceram pertinentes à gastronomia brasileira,

[...] gerando hibridações entre o culto e o popular e de ambos com o massificado, entre vanguarda e kitsch, entre o autóctone e o estrangeiro, categorias e demarcações elas que se tornaram incapazes de dar conta do ambíguo e complexo movimento dinamizador do mundo cultural em sociedades. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p.44).

O ambíguo e o complexo movimento de interligação entre o requinte e o luxo, e o regional e o cotidiano na gastronomia brasileira, ora atestou *status* diante das aproximações com os contemporâneos modelos gastronômicos internacionais, ora assegurou a representatividade cultural quando desejava se aproximar das matrizes alimentares, em um misto de resgate da valorização do regional indígena, influenciado pelos contemporâneos movimentos mundiais, presentes desde a época da colonização portuguesa.

Quais condições contribuíram para que a moderna e cosmopolita gastronomia nacional, com ares de requinte, mas tentando se aproximar do cotidiano, convocasse os brasileiros?

2.5. Miscelâneas gastronômicas (mídia, eventos de rua e rádio)

Além das discussões com centralidade no regionalismo e nas aproximações com os movimentos mundiais da gastronomia, o cenário brasileiro mereceu atenção para considerações importantes, como papel da mídia, eventos de rua e presença no rádio.

O grande volume de publicações sobre comida e assuntos correlacionados, sobretudo no cotidiano urbano, como restaurantes, ingredientes exóticos e diferenciados, viagens, cursos, eventos, formou um espaço em que a preparação culinária muitas vezes não precisava ser materializada, e sim apenas observada, ou até mesmo ouvida em uma programação radiofônica. Talvez tão interessante quanto degustar um prato requintado ou visitar um estabelecimento da moda, fosse seu entendimento e acompanhamento pelos diversos canais midiáticos constantemente veiculadores do tema. Helena Jacob endossou a ideia,

De fato, em inúmeras ocasiões a culinária representada no papel não pretende ser imitada ou realizada concretamente, mas admirada, transformando-se com frequência em um texto de importância ímpar para aquela determinada cultura. (JACOB, 2013, p. 79).

Pesquisa sobre midiatização da gastronomia, de Sinval do Espírito Santo Neto (2009), demonstrou a adesão dos meios de comunicação à representação da culinária, considerando-a passagem de uma ação cotidiana compartilhada com familiares, amigos e coletividades a uma prática mediada pelo *mass media*. Tamanha relevância do estudo, em conjunto com a pesquisa de Helena Jacob (2013, p. 186), cunhou o conceito de *gastronomídia*, ressaltado pela autora como “a gastronomia que se rearranja simbolicamente em mídia própria, ou seja, que se comunica e se espetaculariza por si”.

A construção das linguagens da gastronomia e da culinária e importantes abrangências no universo midiático contemporâneo (revistas, programas de televisão, propagandas publicitárias etc.) indicaram-na como independente da mídia tradicional (daí, então, o termo *gastronomídia*), dada a importância comunicativa e cultural de sua atuação, além de desobrigá-la à materialização do preparo do alimento. Helena Jacob ressaltou,

[...] atualmente, esta linguagem faz parte de um universo que escapa à cozinha. Televisão, imprensa, rádio e hoje as tecnologias digitais ajudaram a construir um ambiente contemporâneo da comida altamente mediada e mediatizada. (JACOB, 2013, p. 49).

Há distintos fatos que mereceram visibilidade sobre o campo gastronômico, como um festival que acontece anualmente, desde 2007, denominado *Restaurant Week*, intitulado em seu endereço cibernético como “um dos maiores festivais gastronômicos do mundo”, que “conquista um público cada vez maior a cada edição”. Amplamente divulgado pelos meios de comunicação, o evento, presente em mais de 15 cidades brasileiras, entre elas Brasília, Salvador, Belo Horizonte, São Paulo, Campinas, Curitiba, Recife, Natal, Fortaleza e Rio de Janeiro, possibilita que as pessoas conheçam restaurantes conceituados e renomados no mundo *gourmet*. Por uma ou duas semanas programadas e divulgadas pela mídia, oferecem cardápios especiais, no almoço e no jantar, a preços fixos e mais baixos que os praticados frequentemente. A ideia é que o público nas semanas gastronômicas prove “menus diferenciados e de qualidade, preparados por grandes e renomados *chefs*”⁵⁹.

⁵⁹ Site oficial do *Restaurante Week*. Disponível em: <<http://restaurantweek.com.br/#restaurantweek>>. Acesso em: 05 jan. 2015.

A 15ª edição do evento, na cidade de São Paulo, teve a participação de 221 endereços na cidade, de 15 a 28 de setembro de 2014, com os menus completos (entrada + prato principal + sobremesa) aos valores de R\$ 38,90 para o almoço e R\$ 50 para o jantar⁶⁰. Na primeira edição, em 2007, ainda no mês de setembro, havia 45 estabelecimentos, aos preços de R\$ 24,07 e R\$ 39 para almoço e jantar, respectivamente, concentrados dos dias 2 a 14. O evento combina entretenimento com contribuição de valor social:

A Brasil Restaurant Week cumpre ainda um importante papel social. A cada edição, o evento sugere que os clientes dos restaurantes participantes façam uma contribuição para uma instituição beneficente. A cada menu vendido é acrescentado R\$ 1,00 de doação e, ao final do evento, todo valor arrecadado é doado integralmente para essas instituições que auxiliam pessoas carentes⁶¹.

Por se tratar de um festival que permitia o acesso aos estabelecimentos participantes a um público provavelmente menos frequentador, no meio de elogios houve críticas, como “muito lotados, horas de espera, pratos pouco palatáveis e pequenas porções” foram declaradas na versão de 2013. O site *Veja São Paulo*⁶² publicou pronunciamentos dos consumidores sobre a edição do *Restaurant Week* 2013:

O menu do restaurante week estava bem sem graça e o atendimento pior que péssimo, já havia ido ao restaurante anteriormente e não pretendo voltar. Ariane - Restaurante Allez, Allez!

Porém, os elogios também surgiram,

Cardápio variado e excelente. Adorei as opções de vinhos em taças para poder provar vários durante a refeição, harmonizando cada prato. Fabio Gonçalves - Restaurante Antonietta Empório Restaurante.

⁶⁰ Acervo *Folha de S.Paulo*. Revista são paulo. Número 212. Edição de 14 a 20 de setembro de 2014. Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br>>. Acesso em: 05 jan. 2015.

⁶¹ Disponível em: <<http://restaurantweek.com.br/#conceito>>. Acesso em: 05 jan. 2015.

⁶² Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/restaurant-week-sp-2013-bela-vista-centro-jardins>>. Acesso em: 10 ago. 2013.

Vários participantes das edições do *Restaurant Week* talvez transitassem entre os conceitos da gastronomia e da culinária⁶³, sobretudo durante o festejo. No universo gastronômico tradicional, a valorização da quantidade de alimento parece suprida pela qualidade dos ingredientes, inovação na forma de preparo ou apresentação do prato. A satisfação fisiológica da fome não impera. O ambiente calmo, sem grande número de pessoas, caracteriza um lugar mais reservado e adequado à degustação de uma preparação gastronômica. Contudo, quando o restaurante aceitou participar de um evento com expressiva possibilidade de presença popular, e por vezes repetia a sua presentificação no festival, no mínimo dava pistas à ideia de compartilhar a “arte de comer”.

Henrique Carneiro (2003) postulou em sua obra o imbricamento entre restaurantes e posições sociais, ressaltando que se há legitimidade em qualificar o estabelecimento como requintado como tal, há a exigência de um serviço condizente ao *status* que a qualidade representa:

As relações entre a culinária e as classes sociais podem ser identificadas nos gostos diferenciados ou nas maneiras à mesa, as identidades étnicas e regionais revestem-se de diversos rituais gregários e alimentares [...] os restaurantes podem ser analisados como espaços simbólicos, caracterizados com "teatro do comer" e estratificados em torno de posições sociais tanto quanto de cardápios específicos. (CARNEIRO, 2003, p. 19).

Inegável que o público teceria críticas ao *modus operandi*, de tratamento e da quantidade das iguarias servidas, e dos participantes do *Restaurant Week*, dada a abrangência do evento. Porém, além da constância do festival, os próprios avanços no número de estabelecimentos participantes indicaram que buscou ampliar o acesso e quiçá melhorar as formas de recepção.

Há mais um interessante evento gastronômico atestando popularidade à “arte de comer bem”: a Virada Cultural, que desde 2012 introduziu a gastronomia na festa de rua popular. Promovida pelo Governo do Estado de São Paulo e Secretaria da Educação, propõe 24 horas ininterruptas de eventos culturais em cidades do Estado de São Paulo, em uma grande festa popular celebradora da diversidade cultural paulista e brasileira⁶⁴.

⁶³ Helena Jacob (2006) faz distinção entre os conceitos. Nas palavras da autora, apesar de a culinária inserir-se na gastronomia, ela visa basicamente à elaboração de preparações alimentares, ao passo que *status*, visibilidade e prazer pertencem ao universo gastronômico.

⁶⁴ A Virada Cultural acontece em cidades do Estado de São Paulo desde 2007, tendo como parceiras as Prefeituras Municipais, Museu da Imagem e do Som e o SESC-SP (Serviço Social do Comércio).

O sucesso em saborear e apreciar iguarias encontra-se na Feirinha Gastronômica, que desde fevereiro de 2013 acontece todos os domingos, com a comercialização de delícias culinárias de *chefs* renomados, por valores bem inferiores aos praticados nos estabelecimentos, e em barracas, despretensiosamente. Citação do endereço eletrônico, que concentra informações sobre o evento:

Um espaço aberto para o encontro entre os amantes da boa gastronomia e os apaixonados por panelas e fogão. Parte feirinha hippie, parte experimentação gourmet, o evento trará toda semana 30 barracas com chefs, estudantes, inventores, curiosidades e produtos que representam a diversidade gastronômica de São Paulo⁶⁵.

Diante dos meios de comunicação, com frequentes informes da gastronomia para os que se interessam sobre o assunto ou eventos que procuram expandir a participação progressiva dos cidadãos (um deles preocupando-se com aspectos sociais e aderência ao movimento internacional), e buscando atender aqueles provavelmente ávidos em conhecer o que havia de melhor no universo *gourmet*, aproximando-os dos grandes representantes da alta cozinha, mostrou-se inegável a ampliação ao seu acesso e, por conseguinte, a sua tentativa de popularização. A frequência dos eventos possibilita que as festividades adentrem a cotidianidade, pois com períodos predeterminados e mantidos, os sujeitos programam-se para participar pela primeira vez ou repeti-la.

Por fim, não se pode deixar sem resposta o aspecto da gastronomia no rádio. Afinal, foram os boletins gastronômicos que deram voz às tentativas de percebê-lo neste estudo e com textos verbais muito diferenciados entre si. Um deles - *Pitadas de Gastronomia com István Wessel* (Rádio BandNews FM SP) - centralizado em orientações para os ouvintes elaborarem pratos culinários requintados ou cotidianos e comuns; o segundo - *Comida* (Rádio CBN FM SP), incentiva e fomenta os mais variados assuntos do mundo gastronômico, como os principais eventos da cidade, estabelecimentos e tipos de preparações alimentícias oferecidas, polêmicas das

Com várias atrações culturais, como teatro, circo, dança, artes visuais, cinema e uma intensa programação musical, a festa lota as ruas centrais das cidades participantes (28 municípios do Estado). Disponível em: <<http://www.viradaculturalpaulista.sp.gov.br/sobre-a-virada-cultural-paulista/>>. Acesso em: 05 jan. 2015.

⁶⁵ Site Feirinha Gastronômica. Disponível em: <<http://feirinhagastronomica.com.br/o-que-e/>>. Acesso em: 05 jan. 2015.

formas de apresentação dos pratos culinários, *chefs* e restaurantes com destaque pelo Brasil e pelo mundo. Sem deixar de lado a preocupação em oferecer opções acessíveis financeiramente ou mesmo com ingredientes que destacavam sabores e paladares regionais e cotidianos. Eis o material para o desafiante tema que enaltece e privilegia a visão e a gustação.

Os formatos de conversação dos boletins seriam uma aproximação do tema com a oralidade? Certeau, Giard e Mayol indicaram,

A oralidade constitui também o espaço essencial da comunidade. Numa sociedade não existe comunicação sem oralidade, mesmo quando esta sociedade dá grande espaço à escrita para a memorização da tradição ou para a circulação do saber. (CERTEAU; GIARD; MAYOL, 1996, p. 336).

Os autores revelaram que a oralidade estava em toda parte, como organizadora da família, rua e trabalho, conservando papel primordial nas sociedades de escrita e de números. Mostraram a singular comunicação da cozinha, em uma combinação de gestos, utensílios, meios de transformação ou preparos e cocções, tornando-se um objeto de troca na rede familiar e de amigos (CERTEAU; GIARD; MAYOL, 1996).

A oralidade, princípio básico do rádio, nas palavras de Martín-Barbero e Rey (2001, p. 7, p. 43, p. 47), “veio ritmar a jornada doméstica”, dando forma ao fluxo sonoro da rotina cotidiana. Além disso, conectado à oralidade cultural, o rádio teve papel decisivo na mediação entre o rural e a cidade. Atualmente, como ocorre com a televisão, converteu-se em essencial agente de uma “cultura-mundo”. Os autores destacaram como fato cultural incontornável dos povos da América Latina que, ao se apropriarem da modernidade, não deixarem de lado a cultura oral, e que os meios de comunicação provocaram profunda transformação na cultura cotidiana, em uma “cumplicidade e complexidade de relações” na qual perduravam a oralidade como “experiência cultural primária das maiorias” e a visualidade tecnológica como “forma de ‘oralidade secundária’ tecida e organizada pelas gramáticas tecnoperceptivas do rádio e do cinema, do vídeo e da televisão”.

Oralidade e imagens atestaram o “sabor” que os boletins radiotransmitiam no ambiente radiofônico, pois ambos apoiaram as enunciações com visualidades na rede mundial de computadores, diretamente indicadas para os ouvintes ampliarem o que ouviram. Além disso, pareceram se desdobrar na tentativa de remeter o ouvinte aos atuais encaminhamentos da gastronomia, aproximando-a do cotidiano, por meio

da conversa, orientação de receitas e assuntos pertinentes ao universo *gourmet*. Abriram espaço e participação para os sujeitos se informarem sobre acontecimentos, sabores de diferentes culturas ou preparações culinárias da própria região, procurando diluir a expressividade de algo exclusivo a determinada classe social, num espaço aberto para todos os que queiram se divertir ou relembrar as infâncias e confortos alimentares.

O desafio de “ouvir” a gastronomia por meio do rádio adveio dos dois boletins: o *Comida*, transmitido às quartas e sextas-feiras, às 10h50, convencionalmente pela rádio e por *streaming*, parceria entre o jornal *Folha de S.Paulo* e a Rádio CBN FM SP, e o *Pitadas de Gastronomia com István Wessel*, da Rádio BandNews FM SP, no ar de segunda a sextas-feiras, às 11h37, 18h15 e 1h37, transmitido ao vivo e por *streaming*.

Os passos seguintes elencam os detalhes da proposta metodológico-analítica a eles dedicada.

CAPÍTULO 3 - REFERENCIAIS METODOLÓGICOS

Findadas as discussões sobre o rádio e a gastronomia, o passo seguinte apresentou-se como mais uma desafiante condição: afinal, como escolher uma metodologia capaz de suprir dois temas aparentemente desconexos?

O referencial analítico-metodológico escolhido, para as apreciações dos boletins gastronômicos, baseou-se numa parte do trabalho desenvolvido por um grupo de pesquisas coordenado pela professora Itania Gomes do PPGCOM/UFBA (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas/Universidade Federal da Bahia), que há aproximadamente 12 anos investe em sólidas análises de programas do telejornalismo brasileiro, utilizando, entre outras teorias, o conceito de modos de endereçamento.

A metodologia, ao lado da conversação, operacionalizada por meio de categorias conversacionais, e os pormenores do *corpus* da pesquisa foram detalhadamente discutidos.

3.1. Modos de endereçamento no ambiente sonoro?

Dadas a relevância dos contextos culturais e sociais dos indivíduos e a carência nos métodos de análise de investigação das formas e práticas culturais que demonstram as importantes relações entre cultura e comunicação, buscou-se um conceito teórico-metodológico capaz de suprir não apenas o sucesso e a aceitação do sujeito⁶⁶ receptor do produto midiático, mas a forma como era concebido pelos realizadores no processo de produção. E o conceito de modo de endereçamento pareceu apropriado ao que afirma Simone Rocha (2010, p.8): “Como conectar textos, sociedade, cultura e indivíduo?”.

Ao revigorar os processos produtivos, a fim de incorporar aspectos culturais e sociais, pareceu adequado aplicar as possibilidades analíticas dos modos de endereçamento, para compreender a importância do espaço social e cultural presente na produção midiática, endereçando os receptores da mensagem.

⁶⁶ Simone Rocha diferenciou em seu artigo sujeito de indivíduo, apoiada em John Fiske, proferindo que “as teorias do sujeito lidam com as experiências comuns das pessoas na sociedade”, ao passo que “as teorias do indivíduo se voltam sobre as diferenças entre pessoas e explicam-nas como se fossem algo natural”; dessa forma, “o sujeito, portanto, é uma construção social e não natural” (ROCHA, 2010, p.3).

Elucidativamente, nas palavras de Simone Rocha (2010, p. 8), uma “estratégia que olhe de modo mais efetivo para o lugar da cultura no processo produtivo”.

Inicialmente proposto para análise fílmica, o modo de endereçamento foi referenciado por Elizabeth Ellsworth (2001) como aquele que se posicionava entre o texto de um filme e a experiência do espectador, expressando-se pela seguinte pergunta: quem esse filme pensa que você é? Contudo, o conceito, ao evoluir, procurou lidar com grandes temas, como sociologia, antropologia e história, entre outras, revelando não apenas o que está dentro de um filme, mas ultrapassando-o e compreendendo-o como um evento.

Com o olhar centrado no entendimento das mudanças sociais, as palavras da pesquisadora foram elucidativas ao afirmar que, num primeiro momento, o modo de endereçamento era “algo que está no texto do filme e que, então, age, de alguma forma, sobre seus espectadores imaginados ou reais, ou sobre ambos”, para posteriormente percebê-lo “menos como algo que está em um filme e mais como um evento que ocorre em algum lugar entre o social e o individual” (ELLSWORTH, 2001, p. 13).

Os distanciamentos dos produtores cinematográficos dos espectadores “reais” ou “imaginários”, na prática fizeram com que errassem o alvo. As distâncias, que esbarravam nas condições econômicas, temporais, sociais, geográficas e ideológicas, mostravam-se mais complexas do que aquelas que visavam e determinavam seu público. A partir desse marco, era a “posição-de-sujeito”, que assinalava a existência de uma posição “no interior das relações e dos interesses de poder, no interior das construções de gênero e de raça, no interior do saber” que se dirigia ao filme, entendendo que a estruturação do enredo se desenvolvia ao longo do tempo, ultrapassando a narrativa cinematográfica ali pressuposta (ELLSWORTH, 2001, p. 15).

A visão de Simone Rocha esclareceu,

O entrelaçamento de categorias sociais nas quais a experiência humana se efetiva é muito mais complexo do que aquelas levadas em conta na produção de um filme, de modo que isso não se mostrou capaz de assegurar uma resposta por parte dos espectadores condizente com aquela esperada pela instância produtora. (ROCHA, 2010, p. 10).

A alteração do modo de conceber o conceito de modo de endereçamento ampliou o entendimento de Elizabeth Ellsworth, possibilitando a inserção em

distintas áreas do conhecimento⁶⁷, como os estudos culturais, deslocando a atenção de um modo estático do texto do filme para os contextos, em diálogo com o social e a cultura, compreendendo que o “endereçamento ocorre, num espaço que é social, psíquico, ou ambos, entre o texto do filme e os usos que o espectador faz dele”, ou ainda, “o espectador ou a espectadora nunca é, apenas ou totalmente, quem o filme pensa que ele ou ela é” (ELLSWORTH, 2001, p.13, p. 20).

O assunto exemplificou-se com observações divergentes da proposta inicial: os espectadores que estavam fora do público imaginado se identificavam com a trama cinematográfica. E com a capacidade (ou não) que o filme possuía de conduzir os espectadores à posição considerada preferencial dos produtores fílmicos. Mais uma vez, Simone Rocha elucidou,

[...] se um filme, ao ser produzido, foi pensando para um rapaz de dezoito anos branco da classe alta, ele também deve possuir em sua estrutura mecanismos que possibilitem aqueles que estão fora desta relação ideal ocuparem ainda que imaginariamente e apenas durante o tempo da sua projeção tal lugar para, a partir disso, ser capaz de extrair a compreensão correta do filme e seu prazer correspondente. (ROCHA, 2010, p. 10).

Portanto, não existe um único e unificado modo de endereçamento de um filme, principalmente se a posição do sujeito exigir uma negociação por parte dele. Diante das primeiras pesquisas, a constatação que haveria múltiplos endereçamentos possíveis e simultâneos ganhou visibilidade, pois quando o público real chega ao cinema, “o modo de endereçamento de um filme torna-se apenas um dentre os muitos que compõem o cotidiano de um determinado espectador” (ELLSWORTH, 2001, p. 23).

A partir dessa condição, os autores optaram por se referir a ele como modos de endereçamento, no plural, exatamente pela “perspectiva de que podem ser várias as posições de sujeito que os espectadores são convocados a ocupar num filme específico” (GOMES, 2011, p.34).

O reconhecimento da multiplicidade da vida social e da forma que o sujeito se expressava abrangeu novos horizontes para os modos de endereçamento, não apenas para o cinema, mas a outros produtos midiáticos em geral, que começavam a desenvolver pesquisas de recepção (ROCHA, 2010).

⁶⁷ As demais áreas de contribuição da autora foram educação e psicanálise, não discutidas neste trabalho.

Desde 2002, o Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo, da Universidade Federal da Bahia⁶⁸, dedica-se à formulação de uma metodologia que envolva os modos de endereçamento nas análises de programas jornalísticos televisivos (SILVA, 2010).

Itania Gomes (2004^{ab}, 2005, 2007, 2011), referenciando vários autores⁶⁹ e a relação com os progressos teóricos de convocação do conceito, empregou-o para compreender formatos e práticas de recepção enunciados pelos telejornais. Do ponto de vista da análise televisiva, para a autora, o modo de endereçamento procura entender a construção do estilo que o programa adota para se relacionar com sua audiência, diferenciando-o dos demais.

Consciente do fato de que os modos de endereçamento apresentam-se como instrumento solidamente utilizado em pesquisas voltadas ao campo televisivo, a ideia de utilizá-lo adveio primordialmente da aderência ao tema central do trabalho de pesquisa, que analisou as marcas textuais, mais especificamente os textos verbais, que procuravam convocar uma audiência preferencial dos ouvintes para os boletins de gastronomia no ambiente de radiodifusão sonora. Na consideração de Itania Gomes, a análise do texto verbal revela “as estratégias empregadas pelos mediadores para construir as notícias, interpelar diretamente a audiência e construir credibilidade” (GOMES, 2007, p.37).

Ao proferir a importância da análise verbal, Itania Gomes (2007) a associava aos recursos da linguagem televisiva. Contudo, para os objetos de análise buscaram-se exclusivamente os textos verbais pronunciados nos boletins gastronômicos, pois com reduzido tempo de transmissão no *dia*⁷⁰, as falas,

⁶⁸ No Brasil, o grupo de pesquisa é coordenado pela professora Itania Gomes, do PPGCOM/UFBA (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas/Universidade Federal da Bahia), brevemente citado anteriormente. O esforço na construção da metodologia concentra-se na articulação entre modos de endereçamento, estrutura de sentimento e gênero televisivo. A estrutura de sentimento é apresentada por Raymond Williams como hipótese cultural, que permite estudar os diferentes elementos de um modo de vida, e o gênero televisivo procura estreitar o diálogo entre estudos culturais e estudos de gêneros da linguagem, como discursivos, textuais e literários (GOMES, 2007). Para operacionalizar a metodologia, alguns operadores de análise foram desenvolvidos pelo grupo de pesquisa liderado por Itania Gomes (2011): mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática.

⁶⁹ Itania Gomes, em referência direta, citou: “Autores como David Morley (1978, 1999), John Hartley (1997, 2000, 2001) e Daniel Chandler (2003) articulam os modos de endereçamento para compreender a relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido do texto televisivo” (GOMES, 2007, p. 21).

⁷⁰ Os boletins são transmitidos em aproximadamente sete minutos.

simulando uma conversação, fundamentaram a elaboração dos assuntos relacionados ao universo *gourmet*, endereçando a audiência e procurando um cenário próximo do cotidiano.

A relação entre modos de endereçamento e a conversação esteve presente nos estudos de doutoramento de Fernanda Mauricio da Silva (2010). A pesquisadora propôs a análise dos lugares, papéis e configurações da conversação com ponto central na estrutura de telejornais, sob a ótica dos modos de endereçamento, gêneros televisivos e estrutura do sentimento.

Os modos de endereçamento pareceram factíveis diante da proposta de “romper” as bordas de uma simples análise textual dos boletins gastronômicos, indo além, buscando a relação do produto radiofônico com a atual exposição da gastronomia pelos meios de comunicação, procurando analisar os contextos sociais e culturais que naturalizam a condição. Mensurar o exato público alvo dos programetes não foi o primordial aspecto da análise. A ideia principal foi identificar e observar as expressões verbais que convocavam diretamente os ouvintes nos boletins, com olhar no produto midiático, e não na mensuração da recepção.

Como a formação estrutural de ambos os boletins se baseava na conversação cotidiana, construindo espontaneidade e credibilidade, tornou-se essencial associar o modo de endereçamento a uma proposta de análise categórica das expressões verbais, por meio de dispositivos conversacionais⁷¹, propostos por José Luiz Braga (1994) para responder à seguinte indagação: quem os boletins gastronômicos no rádio pensam que o ouvinte é ou querem que ele seja?

Caberia a interrogação: os boletins *Comida* e *Pitadas de Gastronomia* são voltados para mulheres? Homens? Donas de casa? Pessoas de faixas etárias ou classes sociais específicas? Pessoas com noções de culinária e gastronomia?

3.2. Categorias para análise da conversação

A ancoragem para analisar como os boletins gastronômicos no rádio estruturaram as falas, convocando e fidelizando os ouvintes, baseou-se nos textos verbais capazes de gerar espontaneidade e conferir leveza à informação. Transmitida em curto espaço de tempo e com diálogo verossímil à gastronomia,

⁷¹ Os dispositivos conversacionais apresentar-se-ão como subitem deste capítulo, mais adiante.

explorou o recurso auditivo, aproximando-se da forma de “bate-papo” entre os enunciadorees.

Uma abreviada explicação sobre a conversação a revela como prática antiga que se desenvolveu com a linguagem⁷², e apenas recentemente ganhou fôlego para apoiar pesquisas acadêmicas. Antes do século XX, os ensaístas que discutiram a temática procuravam apenas estruturar regras sociais observando-a, e do século XVI ao XVIII a visão aceita era da “arte de conversar” em contraposição à forma de estudo sobre a sociedade e a cultura. Nas palavras de Fernanda Maurício da Silva,

Do século XVI ao XVIII, a compreensão que se tinha da conversação nas sociedades europeias - mais especificamente Itália, França e Inglaterra - era de uma prática desenvolvida pelas elites, bastante regradas por meio de convenções sociais como polidez, delicadeza, silêncio e humor para tornar a conversa agradável. (SILVA, 2010, p.25).

A pesquisadora ressaltou que a partir do século XX, com a sociolinguística, etnometodologia e história social da linguagem, dois autores foram fundamentais ao considerar a conversa cotidiana como aparato para compreender a comunicação e a interação humanas, e tratá-las sob a perspectiva de um método científico de análise acadêmica. Na concepção da autora, Mikhail Bakhtin aludiu que “o diálogo enquanto gênero do discurso promoveu uma aproximação dos pesquisadores com as interações verbais e não simplesmente com os textos e monólogos” (BAKHTIN, 1999 *apud* SILVA, 2010, p. 25). Erving Goffman apregoou que o contexto inspirou boa parte das pesquisas, adotando a conversação como objeto central da análise (GOFFMAN, 1986 *apud* SILVA, 2010, p. 25).

Erving Goffman, em seu trabalho mais clássico, apoiado sobre o conceito central de *frame*⁷³, ao investigar as relações sociais na vida cotidiana, dentro de um contexto de interação e atuação ordinária das pessoas, destacou que para uma conversação bem-sucedida os sujeitos procuravam amparar-se numa “nova gramática”, aderente à delimitação social, para interagir com pertinência numa

⁷² Fernanda Maurício da Silva citou estudos de Stephen Miller (2006). O autor demarcou o surgimento da conversação pelos povos primitivos, cerca de 50 mil anos atrás, e de Gabriel Tarde (1992), que indicou o desenvolvimento dessa forma de comunicação a partir do advento da agricultura, que permitiu mais tempo livre às pessoas e a possibilidade de se agruparem, desenvolvendo a fala, e posteriormente, a conversação (MILLER, 2006; TARDE, 1992 *apud* SILVA, 2010).

⁷³ Na citação de Silva, “frames são princípios organizativos que definem um evento social e o envolvimento subjetivo dos indivíduos neles, a fim de perceberem o que está acontecendo ali” (GOFFMAN, 1986 *apud* SILVA, 2010, p. 27).

conversa. A competência cultural mostrava-se atuante “para efetuar as interações de maneira pertinente” (SILVA, 2010, p. 28).

Fernanda Maurício da Silva, ao destacar o aspecto da história social da linguagem, citou Peter Burke. O autor observou o entendimento da conversação apenas quando se inseria no centro de uma cultura, com parâmetros sociais que regulamentavam os temas permitidos na troca de palavras, defendendo “a conversação como uma forma cultural presente na vida cotidiana que obedece às variações culturais que a cercam” (BURKE, 1995 *apud* SILVA, 2010, p. 30).

Segundo Silva, Peter Burke sinalizou elementos dominantes, relacionados aos costumes das classes econômica e politicamente privilegiadas, na forma de conversar, principalmente nas sociedades europeias do século XVIII, indicando que as transformações da “arte da conversação” foram modificadas e atualizadas a partir de outros referenciais, sem ficar estagnadas no tempo ou espaço, criando distintas regras para as normas conversacionais. Sinopticamente, “a abordagem de Peter Burke nos permite fundamentar a conversação como forma cultural que se modifica a partir dos processos socio-históricos” (SILVA, 2010, p. 30).

Apesar das apreciações versarem sobre programas jornalísticos televisivos de entrevistas, debates e telejornais, pareceu-nos importante observar a maneira como a pesquisadora assinalou a análise conversacional, pois no universo radiofônico, e em especial para os objetos aqui avaliados, a prática mostrou-se com artefato facilmente identificável. Considerou a autora:

[...] a conversação no telejornalismo faz referência a modelos calcados na vida cotidiana, mas alia-se a valores do jornalismo, a fim de configurar tanto seriedade, quanto leveza. Considera-se que a conversação no ambiente televisivo institucionaliza-se em modelos já reconhecidos pela audiência – a entrevista e o debate – mas não se limita a eles, prometendo constituir-se como uma reprodução verossímil às conversas espontâneas da vida cotidiana, o que se traduz por expressões como ‘um bate-papo informal’ ou ‘uma conversa com quem está em casa’. (SILVA, 2010, p.15).

Mesmo em um meio institucionalizado como a televisão, as práticas conversacionais adotadas como estratégia endossaram o caráter democrático e espontâneo dos gêneros televisivos e as trocas de palavras comunicaram certo grau de intimidade. Os fatores corroboraram o estreitamento do telejornalismo ao entretenimento, e apesar das rupturas que provocaram, ficou evidente que houve a “retomada da matriz opinativa; a valorização dos testemunhos pessoais como prova

de veracidade das informações; e uma inclinação do telejornalismo a uma temática voltada para o cotidiano” (SILVA, 2010, p.5).

Uma passagem no trabalho de Fernanda Mauricio da Silva evidencia a conversação como modo preferencial dos enunciados para os ouvintes no ambiente radiofônico, por permitir espontaneidade (ou sua simulação) na difusão das informações (CLAYMAN; HERITAGE, 2004 *apud* SILVA, 2010). Autor citado pela pesquisadora, John Corner pronunciou a coloquialidade da conversação como ponto essencial para posicionar os ouvintes como consumidores de notícias (CORNER, 1999 *apud* SILVA, 2010).

Sucessivamente, dentro do âmbito da conversação, que inegavelmente possui a linguagem verbal como núcleo de troca de palavras, há a presentificação dos contextos culturais. José Luiz Braga (1994) ao analisá-la⁷⁴ entendeu que a conversa ultrapassou os limites postulados por Paul Grice do princípio de cooperação e das regras da quantidade, qualidade, relação e modalidade⁷⁵, ou por Wilson e Sperber⁷⁶, que concentraram as regras de Grice em um único axioma: o sentido de pertinência em uma conversa, pronunciado quando o emissor faz o possível para proferir uma fala conexa. Braga (1994, p. 291) entende que “as implicações não são apenas um jogo verbal de eficácia na escolha entre dizer e sugerir”. O autor objetou as teorias, por entender que a conversação não é mensurada apenas pela lógica do processo, mas envolve um lugar cultural dos sujeitos, e que a partir disso torna-se significativa.

As pessoas, ao participarem de uma conversa, empregam termos de experiências anteriores, a fim de reduzir esforços na compreensão, e que além de

⁷⁴ José Luiz Braga utiliza no texto as expressões conversação e troca de palavras, indiferentemente.

⁷⁵ Braga citou diretamente: “Nossas trocas de palavras não se traduzem, em tempo normal, a uma sequência de observações descosidas... elas são o resultado, até certo ponto pelo menos, de esforços de cooperação; e cada participante reconhece nessas trocas (sempre até certo ponto) uma finalidade comum ou um conjunto de finalidades, ou ao menos uma direção aceita por todos” (GRICE, 1979 *apud* BRAGA, 1994, p. 290). Com esse pressuposto, Grice (1979 *apud* Braga, 1994) propôs, além do princípio da cooperação, regras gerais para a conversação, sendo a regra da quantidade com informações suficientes para a troca de palavras, a regra da qualidade com a veracidade das palavras proferidas, a regra da relação com a pertinência da fala e a regra da modalidade com a clareza e objetividade da conversa.

⁷⁶ O postulado de pertinência de Wilson e Sperber (1979), citado por José Luiz Braga, foi: “A pertinência é definida como ‘uma relação entre uma proposição enunciada e um conjunto de proposições que o auditor tem na memória’. Além disso, o axioma de pertinência ‘não decorre do princípio cooperativo’: é possível ser pertinente para ‘ter o maior efeito possível sobre o auditor’” (WILSON; SPERBER, 1979 *apud* BRAGA, 1994, p. 291).

um sistema de práticas, convenções e regras de procedimentos, os contextos culturais específicos aprendidos numa sociedade possibilitam a capacidade de participação nas trocas de palavras (BRAGA, 1994).

O trecho a seguir atesta:

No quadro de uma cultura, as pessoas encontram as outras em situações que geralmente não são novas. Quer dizer que se aprende - e isto é certamente um dos sentidos de 'pertencer a uma cultura' - a reconhecer um certo número de tipos de situações em relação às quais podemos empregar nossa experiência anterior, o que evita um esforço considerável aos participantes de uma conversa. (BRAGA, 1994, p.292).

Braga valorizou veementemente a capacidade da experiência pessoal como fator essencial aos dispositivos conversacionais, contrabalançando a lógica do processo. Assim justificou sua observação:

Quer dizer que a possibilidade de compreender e de participar com pertinência de uma conversa depende mais de uma experiência pessoal e de uma capacidade de situar-se em um dispositivo conversacional do que de uma capacidade de raciocínio lógico. É preciso assim levar em conta a necessidade de aprendizagem por experiência. (BRAGA, 1994, p.294)

O autor foi além. Discutiu que a conversação conseguia evoluir apenas dentro de um reconhecimento cultural, e declarou: “Fora do quadro [de cultura] não está propriamente a liberdade, mas a incapacidade de participar” (BRAGA, 1994, p.295).

Apoiando-se nos argumentos desses autores, adaptando-os e aplicando-os ao meio radiofônico, a proposta metodológico-analítica dos modos de endereçamento analisados sob a luz dos dispositivos conversacionais de interação comunicacional, de José Luiz Braga, fundamentou as análises dos boletins gastronômicos. “É possível observar sistematicamente conversações justamente para descobrir/compreender as estruturas dos dispositivos que as organizam” (BRAGA, 1994, p. 295).

Sob os preceitos de José Luiz Braga (1994), os dispositivos conversacionais que impetraram a conversação dos programetes foram: vez de falar; movimentos para início e fim da troca (duração global); papéis e relações entre participantes; quadros, territórios, meios; graus de formalização, controles, institucionalização; assuntos, temas, matérias; número de participantes e possibilidade de participar, os quais mereceram detalhamento, conforme segue.

A) A vez de falar

Braga (1994, p. 296) citou que “toda troca de palavra se faz pela ocupação sucessiva do fio do tempo”. O autor reforçou que os papéis frequentemente assumidos em uma conversa podiam ocupar conflitos, inerentes ao ato, e as duas posições, ativa e passiva, concomitavam repetidamente.

Para tanto, elementos observados numa conversação a classificavam quanto à percepção da estrutura na ocupação do fio do tempo, como: quem fala, quando, com que frequência, durante quanto tempo, como é organizada “a distribuição da palavra; como se acede a esta; quais são os procedimentos legítimos (pertinentes); em que circunstâncias se deve abdicar desse ‘direito’; como se apresentam as passagens de palavra” (BRAGA, 1994, p. 296).

As passagens de palavra atestavam a devida autoridade ao locutor dentro da estrutura conversacional, pois pontos frágeis, como desencaminhamentos do que foi falado, seriam superados, além de aferir relevância a quem estava com a palavra em determinado fio de tempo.

B) Movimentos para início e fim da troca (duração global)

A duração de uma conversação implicava o paralelismo entre o estabelecimento inicial e os movimentos pertinentes de sua finalização. Além disso, as conversas foram classificadas em longas ou curtas, com tempo determinado (cursos, conferências, sessões de terapias etc.), abertas quanto à duração (como uma conversa de bar), com momento definido de abertura (caso de visitas com certa formalidade), enfim, o item propôs a demarcação formal do início e fim dos boletins gastronômicos.

Braga (1994, p. 298) referenciou que as trocas institucionalizadas “podem ser marcadas pela necessidade de um movimento formal que define o momento exato de abertura e do fechamento”.

C) Os papéis e as relações entre participantes

Braga (1994) não tratou apenas do reconhecimento dos papéis que os participantes traziam de posições exteriores à conversa, mas, sobretudo, daqueles

que surgiam na conversação. O papel representado (os que os participantes possuíam de situações externas e que se confundiam com a sua pessoa) e o papel desempenhado (os que surgiam na própria conversação) demonstravam se as trocas de palavras eram igualitárias ou hierarquizadas.

Em outra perspectiva, por meio de estratégias dos interlocutores, existiam as escolhas pessoais (ou o papel adotado), implicando rigidez ou flexibilidade às imposições do dispositivo conversacional, à medida que as regras podiam ser ou não contornadas, estabelecendo comportamentos com maior ou menor formatação. Nesse caso, “é finalmente a interação das estratégias pessoais que produz e ‘desenha’ a estrutura de trocas e suas variações possíveis em um momento dado”, contribuindo para caracterizar o próprio dispositivo (BRAGA, 1994, p. 299).

Há um papel correspondente à função de articulação, denominado papel moderador, que pode ser especializado em um indivíduo, distinguindo-o dos demais, como no caso da sua posição em debates parlamentares ou programas televisivos, em alguns casos exercendo uma duplicidade, igualdade de condições e papel moderador (BRAGA, 1994).

D) Quadros, territórios, meios

A noção de quadro podia extrapolar os aspectos materiais e espaciais normalmente atribuídos aos ambientes fisicamente constituídos, como estar na rua ou em uma sala, em pé, sentado, em repouso. Neste quesito, a ideia do enquadramento acrescentaria as condições sociais e culturais, associadas normalmente aos ambientes. Segundo Braga (1994, p. 300), “seria possível falar então em ‘territórios’, conceito que incluiria, ao lado do nível espacial concreto, uma noção de determinação cultural”.

Outra significância do operador analítico era que eles (quadros e territórios) interferiam em distintos elementos, como vez de falar, duração e indicações de abertura e encerramento das conversas, além do grau de formalismo, objetivos e temas conversados, lembrando que “no espaço de uma cultura, há tipos de trocas que acontecem em circunstâncias territoriais fora das quais o dispositivo não seria nem mesmo reconhecido”, e exemplificou uma troca pedagógica ocorrendo em uma sala de aula ou na mesa de bar (BRAGA, 1994, p.300). O autor propôs que as conversações de certa forma encontravam-se mediatizadas pelo quadro em que

aconteciam ou se desenrolavam; a partir desse ponto de vista, os meios de comunicação se associariam ao enquadramento em territórios.

Quadros, territórios e meios estruturam determinadas formas de conversa, que prescindem da avaliação de ruídos, silêncios, participação do público, como as trocas de palavras numa conversação telefônica ou em um debate público televisionado. Em nosso caso, no ambiente radiofônico.

E) Graus de formalização, controles, institucionalização

Além dos dispositivos formais e informais, consideram-se as continuidades entre as duas situações. Para o autor:

O grau de formalização de um dispositivo conversacional seria consequência da quantidade e da complexidade das regras em pauta; da rigidez ou da flexibilidade dessas regras; do fato de que elas sejam explícitas, conscientes e expressamente levadas em consideração, ou ao contrário, não inteiramente consciente ou não expressas. (BRAGA, 1994, p.302).

A formalização orienta-se por uma pauta ou roteiro. Ou, ao contrário, cria o próprio desenrolar na conversa. Há controles explícitos no decurso da conversação, como o cumprimento de regras elaboradas, e se alguém assume o papel. Há marcação do grau de formalização entre quem as define e quem as cumpre.

O grau de institucionalização na troca de palavras reconhece um tipo de conversação como jurídica (regras explícitas e controles evidentes), administrativa ou social (controles sociais sem a percepção da rigorosidade, se houver). Além disso, dependeria do peso que se pretende atribuir aos resultados de uma conversa, como situações que engajam os participantes entre si ou diante de terceiros.

F) Assuntos, temas, matérias

Análises dos conteúdos conversacionais fazem parte dos elementos estruturantes de uma conversação. Contudo, eles podem ser introduzidos de diferentes maneiras: seguindo determinação rigorosa ou passando de um tema ao outro com associações de palavras e ideias.

Encontram-se formas intermediárias, que “não exigem uma predeterminação sequencial rigorosa”, como “uma conversa informal entre especialistas de uma

disciplina qualquer” ou a “relação entre os assuntos da conversa e seus objetivos” (BRAGA, 1994, p. 305).

Para essa categoria, o autor propôs uma relação com os papéis e a relação entre participantes, ao indicar,

Podemos considerar ainda a relação entre os assuntos e os papéis dos interlocutores. Em certos dispositivos, alguns participantes podem ser vistos como tendo conhecimento ou autoridade sobre o assunto em pauta, em posição de maior peso que os demais. Em outros, as relações podem ser igualitárias - todos são conhecedores, ou o contrário, ninguém o é. (BRAGA, 1994, p.304).

G) Número de participantes e possibilidade de participar

O número de participantes admitidos interfere diretamente na estrutura das trocas de palavras. Nas “conversas a dois” destacam-se sinceridade e intimidade. Portanto, a quantidade relacionou-se diretamente aos temas, objetivos e processos.

Um ponto que se estabeleceu ao lado do número de participantes foi determinar quem tem a qualidade de participar. O autor indicou que “a admissão pode ser limitada e formalizada (e neste caso o número sofre algum tipo de controle), ou então, no outro extremo, aberta a quem o queira” (BRAGA, 1994, p.306).

Há mais um elemento de análise da conversação não considerado neste trabalho. Objetivos e resultados, enumerados como o oitavo dispositivo conversacional, versavam para aspectos de conflitos entre as trocas de palavras, sendo geralmente acumulados (ou superpostos) em uma interação, como “elevar sua própria personalidade, obter alguma coisa de alguém, sentir-se integrado em um grupo social etc.”, distinguindo os objetivos da troca ou aqueles particulares de cada participante (BRAGA, 1994, p. 304).

O item mostrou-se inadequado, pois os conflitos não existiam nos boletins estudados e não havia por que estabelecer uma “última palavra”, com efeito de verdade absoluta.

3.3. *Corpus* da pesquisa

O *corpus* da pesquisa compreendeu dois boletins radiofônicos sobre gastronomia, denominados *Comida* (Rádio CBN FM SP) e *Pitadas de Gastronomia*

com *István Wessel* (Rádio BandNews FM SP), veiculados às quartas-feiras e às sextas-feiras, no final das manhãs, gravados durante os meses de outubro e novembro de 2013.

O *Comida* é transmitido às quartas e sextas-feiras, às 10h50, convencionalmente pela rádio e por *streaming*, parceria entre o jornal *Folha de S.Paulo* (FSP) e a Rádio CBN FM SP. O impresso FSP possui um caderno, que atualmente circula às sextas-feiras⁷⁷, igualmente nomeado *Comida*. Já os boletins radiofônicos estão no ar desde julho de 2011, e na maioria das vezes comentam as reportagens do caderno. Os participantes são especialistas em gastronomia e/ou colunistas da *Folha de S.Paulo*, que frequentemente indicam o portal do jornal ou da Rádio CBN na internet, para os ouvintes reverem ou complementarem o que foi transmitido, além de todos os boletins, desde o início das radiodifusões, serem gravados em formato de *podcast*.

O boletim *Pitadas de Gastronomia com István Wessel*, da Rádio BandNews FM SP, está no ar de segunda a sexta-feira, às 11h37, 18h15 e 1h37, desde maio de 2005. É transmitido ao vivo e por *streaming*, sendo que alguns ficam disponíveis para gravação no formato de *podcast*, no *site* da rádio e/ou no *blog* do gastrônomo⁷⁸. István Wessel, o colunista do boletim, possui a tradição gastronômica familiar, com presença no ramo de carnes há cinco gerações.

Para efeito de equiparação do número de boletins para análise, elegeram-se os transmitidos nas manhãs de quartas e sextas-feiras, de ambas as emissoras. Destacando que os boletins diários *Pitadas de Gastronomia com István Wessel* das manhãs e do início das noites sempre tratam da mesma matéria, o que permite a escolha do veiculado às 11h37, sem qualquer ônus para a apreciação do estudo. O transmitido às 1h37 é gravado.

Inicialmente, o período de gravação dos programetes seria apenas o mês de setembro de 2013, porém, István Wessel anunciou férias dos dias 11 a 20, com retorno programado para 23 de setembro. Nesse intervalo, os boletins transmitidos seriam regravações.

Procurando atenuar a diferenciação analítica entre eles, optou-se pelas gravações do mês de outubro. Uma condição inicialmente preocupante no novo

⁷⁷ O caderno *Comida* (FSP) até dezembro de 2014 circulava às quartas-feiras.

⁷⁸ O *blog* do gastrônomo é parte integrante do seu *site* na internet.

período de gravação do *Pitadas de Gastronomia* foi o fato de o colunista, sem muitas explicações, retirar-se novamente da programação ao vivo, anunciando outro período de afastamento, sem informar data para retorno. O inesperado período de ausência durou de 22 outubro a 8 de novembro, voltando ao ar somente a partir de 11 de novembro. Na primeira semana do segundo afastamento, os âncoras do programa jornalístico, no qual o boletim se insere, não comentaram a ausência de Wessel. Com alguns dias de transmissão de boletins regravados, houve a confirmação que ele estava de férias em Portugal.

O que inicialmente parecia uma situação que atrapalharia as análises se mostrou importante, pela tentativa de seguir com o formato conversacional característico do boletim, ausência de explicações aprofundadas para os ouvintes e retorno sem alarde do período de afastamento do colunista.

Com o boletim *Comida* não houve adversidades, e as gravações seguiram os meses de outubro e de novembro para aproximar-se do período de análise do boletim *Pitadas de Gastronomia*.

Os próximos passos evidenciaram as análises de ambos os programetes sob a ótica dos modos de endereçamento atrelados aos dispositivos conversacionais.

CAPÍTULO 4 - OS BOLETINS GASTRONÔMICOS NO RÁDIO

Parte final e significativamente essencial do estudo, o capítulo 4 procurou, no primeiro momento, traçar resumido histórico dos participantes, breves particularidades de cada boletim e análises dos textos verbais sob a ótica dos dispositivos conversacionais (BRAGA, 1994). Para depois discutir os modos de endereçamento que procuraram convocar e fidelizar os ouvintes, a partir dos produtos midiáticos.

Com grandes diferenças entre si, o *Comida* e o *Pitadas de Gastronomia com István Wessel* tiveram espaços distintos para as explanações, enaltecendo as principais e as expressivas falas que os revelassem, encaminhando-os ao encontro de respostas à dúvida anterior: quem os boletins gastronômicos no rádio pensam que o ouvinte é ou querem que ele seja?

Além das análises dos textos verbais articulados em forma de conversação, o ambiente tecnológico do rádio esteve presente, na tentativa de complementar o entendimento dos programetes pelos ouvintes. Afinal, como evoluções tecnológicas absorvidas pelo ambiente de radiodifusão sonoro apoiaram assunto tão visual como a gastronomia?

4.1. *Pitadas de Gastronomia com István Wessel* - BandNews FM SP

Com o slogan *Em 20 minutos tudo pode mudar*, a BandNews FM, como referenciada, desde maio de 2005 ocupa a frequência modulada 96,9 MHz em São Paulo (capital), integrando o Grupo Bandeirantes de Comunicação. Nela, o boletim radiofônico *Pitadas de Gastronomia com István Wessel*, submetido à análise, é sonorizado no meio do programa matutino *Meio do Dia* (entre 11h e 14h), apresentado pelos âncoras Paulo Cabral e Tatiana Vasconcelos.

O jornalista Paulo Cabral⁷⁹, antes de chegar à BandNews FM, em novembro de 2012, foi correspondente da *BBC News* para o Brasil, fazendo a cobertura do país em inglês para TV, rádio e internet, por quatro anos. A trajetória profissional de Cabral percorreu relevantes veículos nacionais dentro da mídia impressa, sendo repórter de economia do *Jornal de Tarde* (1997), da *Agência Folha* (1998/99) e do

⁷⁹ Disponível em: <<http://bandnewsfm.band.uol.com.br/Apresentador.aspx?COD=58>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

jornal *O Estado de S.Paulo* (2000/2001), nas sucursais do Rio de Janeiro. Com larga experiência no jornalismo internacional, foi apresentador e produtor da *BBC World Service/BBC Brasil* em Londres (2002/2003) e correspondente em Washington (2004) e no Cairo (2005/2006). Cabral foi repórter especial da TV Bandeirantes em 2007 e 2008.

Tatiana Vasconcelos⁸⁰ está na BandNews FM desde 2006. Ela apresenta, além do *Meio do Dia*, o noticiário matutino da emissora, ao lado de Ricardo Boechat e Eduardo Barão. Foi considerada a melhor apresentadora de rádio de 2012 pelo Prêmio Comunique-se. Na mesma categoria, venceu o Troféu Mulher Imprensa em 2011 e 2012. Jornalista formada em 1999, é especialista em Direito Internacional das Relações Econômicas e do Comércio, pela Fundação Getulio Vargas de São Paulo. Foi produtora e repórter da Rádio CBN por seis anos. Ali, criou e apresentou por três anos o programa Noite Paulistana, além da Revista CBN e CBN Noite Total. Trabalhou como repórter da TV CNT em 2001, na qual fez reportagens sobre política e economia.

Com o propósito de capturar a atenção do ouvinte, sem deixá-lo escapar para outra emissora, os boletins gastronômicos da BandNews FM SP estruturam-se sob uma matriz de conversação entre os principais âncoras - Paulo Cabral e Tatiana Vasconcelos - e o gastrônomo István Wessel.

Ao lado dos ícones da BandNews FM, István Wessel, o colunista do boletim *Pitadas de Gastronomia*, possui a tradição gastronômica familiar, com presença no ramo de carnes há cinco gerações. Wessel indicou no *site* do seu atual negócio que a paixão por carne atravessa quase 200 anos, porque seu trisôvo era mestre açougueiro na Hungria, desde 1830. No Brasil, seu pai, igualmente mestre açougueiro e imigrante húngaro, abriu seu açougue em 1958, na rua Manoel Dutra, no bairro do Bixiga, região central na capital paulistana⁸¹. Wessel é húngaro e aportou no Brasil ainda jovem.

Com formação nacional e internacional em gastronomia e administração (cursou Hotelaria na Cornell University NY, Administração na FGV/SP e Marketing

⁸⁰ Disponível em: < <http://bandnewsfm.band.uol.com.br/Apresentador.aspx?COD=7>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

⁸¹ Disponível em: < <http://www.wessel.com.br/Wessel/Historia>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

na Pace University, em Nova Iorque⁸²), atua profissionalmente em uma loja inaugurada em 1974, denominada *Carnes Wessel*, na avenida Brigadeiro Faria Lima, região sul da cidade de São Paulo.

Apenas citando exemplos, István Wessel manteve destaque em edições da Revista Veja, como “Açougue Wessel: mais de 50 tipos diferentes de carne bovina”, em matéria de 20 de junho de 1973⁸³, em reportagem de 1985 que indicava: “Carne de luxo. O requinte das butiques chega ao açougue⁸⁴”, ou na edição 1456, em uma parte da revista dedicada à gastronomia, com o título: “O prazer da carne⁸⁵”, e em 26 de junho de 2002, com a matéria “Acerte o ponto⁸⁶”.

O gastrônomo publicou livros sob a égide de receitas, primordialmente de carnes, conforme sugerem os títulos: *Churrasco, dando nomes aos bois* (2006 - 108 p.), *Home Burger, feito em casa é mais gostoso* (2008 - 120 p.), *Pratos frios para dias quentes* (2012, 136 p.) e provavelmente o principal deles, intitulado *Wessel, os segredos da carne* (2004 - 148 p.), ganhador do Prêmio Jabuti em 1998.

O site da *Apicius - Cultura e Gastronomia*⁸⁷, livraria “para todos os paladares, onde a gastronomia ganha novos temperos e se envereda para outros saberes e paixões - história, ficção, romance, turismo, cinema, música”, sintetizou o livro como:

[...] István Wessel relata a história da família e as relações entre o homem, a carne e a gastronomia da pré-história aos dias de hoje. Dedicou um capítulo inteiro à descoberta do boi, onde explica porque algumas carnes são mais tenras, macias e suculentas que outras com uma radiografia fotográfica de 10 cortes nobres da carne do animal. Ainda, discorre sobre as diferenças do churrasco brasileiro e o feito na Hungria. E, por fim um repertório de suculentas receitas de carne de boi, vitela, baby búfalo e cordeiro. Em 1998, este livro recebeu o Prêmio Jabuti, na categoria produção editorial⁸⁸.

⁸² Disponível em: <<http://bandnewsfm.band.uol.com.br/colunista.aspx?cod=18>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

⁸³ Acervo digital Revista Veja. Edição 250, de 20 de junho de 1973. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

⁸⁴ Acervo digital Revista Veja. Edição 874, de 05 de junho de 1985. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

⁸⁵ Acervo digital Revista Veja. Edição 1456, de 07 de agosto de 1996. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

⁸⁶ Acervo digital Revista Veja. Edição 1757, de 26 de junho de 2002. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

⁸⁷ Disponível em: <<http://www.apicius.com.br/porque-apicius.asp>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

⁸⁸ Disponível em: <<http://goo.gl/XYFpDJ>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

Como citado, o *corpus* do *Pitadas de Gastronomia* foram as gravações matutinas das quartas e sextas-feiras, nos meses de outubro e novembro de 2013, a fim de se aproximar do número e horário do outro boletim analisado⁸⁹, e pelo fato de os boletins das 18h15 abordarem exatamente a preparação gastronômica relatada no período da manhã, além de ambos possuírem estruturas idênticas de conversação⁹⁰.

A acepção do período de gravação dos boletins gastronômicos analisados justificou-se pelo formato de todas as suas edições radiofônicas serem idênticas nas enunciações, iniciando e finalizando por meio de uma conversação, intermediada com o detalhamento da preparação culinária do dia, em transmissões ao vivo (ou regravações) e inserções nas grades de programação de notícias.

Nos boletins matutinos diários, István Wessel apresenta aos ouvintes os segredos da boa cozinha, priorizando os pratos que levam carnes na preparação, das mais variadas formas. Com praticidade, valoriza o preparo dos alimentos, nos aproximadamente 5 a 7 minutos de transmissão. Porém, não se limita às dicas de gastronomia, segundo o *website* da própria rádio: “Com alegria e conhecimento, não só dá receitas, mas conta quais são os pratos prediletos e mais gostosos do mundo⁹¹”. Wessel ultrapassa o conteúdo alimentar da receita, e por vezes, posiciona sua preparação no universo gastronômico, informando regiões do mundo onde as iguarias são apreciadas ou restaurantes os quais visitou e saboreou a receita, ou dando um toque íntimo ao relacioná-la com familiar próximo. Foram exemplos o boletim de 4 de outubro, com a sugestão de um molho argentino (*Chimichurrí*) para diferenciar o churrasco, ou aquele transmitido em 9 de outubro, com a preparação do filé mignon com molho à base de vinho francês *Bordaleux*, ou de 30 de outubro, ao indicar como preparar um cordeiro à moda armênia, ou o arroz-doce da

⁸⁹ O outro boletim denomina-se *Comida*, da Rádio CBN FM SP, e vai ao ar às quartas e sextas-feiras, aproximadamente às 10h50, analisado a seguir.

⁹⁰ Apenas os boletins de 18/10/14, 22/11/14 e 29/11/14, transcritos e analisados neste trabalho, foram do período noturno do colunista, veiculados às 18h15. As gravações pela manhã apresentaram erro e não foram geradas. A emissora não possui rigor na disponibilização dos boletins, em formato de *podcast*, e tampouco responde aos contatos enviados por email. Um email enviado e respondido prontamente pelo próprio Wessel informou que ele não sabia quais eram os boletins que ficavam à disposição para serem ouvidos posteriormente, acreditando serem todos. Na verdade, não “cuido disso”. As gravações dos três programetes do período noturno foram realizadas, e por apresentarem todas as características avaliadas, julgou-se não prejudicado o *corpus* proposto por este estudo.

⁹¹ Disponível em: < <http://bandnewsfm.band.uol.com.br/Colunista.aspx?COD=18>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

cozinheira da sua sogra (que trabalha para a família há mais de 40 anos), em 16 de outubro. As preferências alimentares da sua filha foram abordadas no boletim de 11 de outubro.

Ao analisar os boletins gastronômicos de Wessel, o que mais chamou a atenção foi o fato de as preparações priorizarem a elaboração de carnes assadas, grelhadas e cozidas. E mesmo sem abordar diretamente esse tipo de receita, oferecerem orientações de molhos que as acompanhavam.

Sob o foco do operador de análise, a vez de falar notou-se sem esforços - na forma estrutural do boletim *Pitadas de Gastronomia*, Wessel não perdia a posição central da fala, ocupando majoritariamente o fio do tempo da sua conversação no rádio. Os boletins foram iniciados por uma conversa, relacionada à receita culinária do dia, entremeada por assuntos coloquiais, e a demarcação da passagem da vez de falar do gastrônomo ficava claramente pronunciada, quando Paulo Cabral ou Tatiana Vasconcelos proferia uma pergunta ou afirmação. Ao respondê-la, o colunista transmitia o passo a passo da iguaria, sem qualquer interrupção dos âncoras. Wessel com frequência terminava indicando a qualidade palatável da sua receita. Encerrada a sua fala, os âncoras do radiojornalismo restabeleciam a conversação comentando, com ele, o que fora transmitido, como parte do boletim de 2 de outubro, demonstrado a seguir.

Bife à milanesa. Boletim de 02 de outubro de 2013.

Tatiana Vasconcelos *Wessel! Wessel hoje vai falar de um dos meus pratos preferidos. Que é simples, mas tem alguns segredos que eu sei: bife à milanesa.*

István Wessel *<Inicia as orientações desta preparação alimentar>.
Finaliza: "Pega um pouco daquela manteiga e joga por cima na hora de servir, derretida. Fica maravilhoso!"*

Tatiana Vasconcelos *Minha nossa senhora! Que fome, Wessel do céu!*

Paulo Cabral *Hum! Mas não dá para não pensar no colesterol, Wessel. Difícil, viu!*

Tatiana Vasconcelos *<Risos altos>... mas aí você não tem se no dia seguinte...*

István Wessel *Não, mas oh Paulo, isso é um problema que eu terceirizei.*

Tatiana Vasconcelos *Ah boa... Wessel eu tenho uma tática.*

István Wessel *É, eu tenho um médico para cuidar disso. Eu pago ele para isso.*

Paulo Cabral *Perfeito! <risos>*

Tatiana Vasconcelos *Isso é verdade. Eu tenho uma tática. É assim, abusou no almoço, faz uma*

economiazinha no jantar. Tá tudo bem.

István Wessel *Esse é o melhor jeito Tati.*

Tatiana Vasconcelos *Né, equilibra? Até amanhã, Wessel.*

István Wessel *Tchau. Até amanhã.*

Paulo Cabral *Até amanhã.*

Essa forma de comunicação pronunciava um ambiente conversacional amistoso, e por vezes incitava o ouvinte a estender a audição, sugerindo que a concretizasse. Ponto claramente declarado quando Wessel, em 16 de outubro, ao abordar uma sobremesa comum no Brasil, mas de origem portuguesa, o arroz-doce⁹², terminou indicando: “É uma receita que vale a pena fazer pra hoje à noite”, ou na confissão do gastrônomo, em 13 de novembro: “É um prato frio, tive que pegar meio à ‘queima-roupa’ esta receita, para passar hoje, porque a nossa meteorologia enganou a mim, a você, a todo mundo, né?”.

Mesmo no período de ausência de Wessel, a estrutura do boletim procurava não diferenciar-se com intensidade da sua forma original, utilizando uma pergunta ou afirmação como passagem da palavra para o gastrônomo, da mesma forma que os ouvintes estavam habituados a escutar. As dúvidas dos radiojornalistas determinaram a entrada das falas gravadas pelo *chef*, na ocasião.

Boletins dos meses de outubro e novembro de 2013, sem a presença ao vivo de Wessel.

(23/10/2013) Tatiana Vasconcelos: *Miolo de Alcatra com molho picante, Wessel?*

(25/10/2013) Tatiana Vasconcelos: *O nosso colunista continua em férias, mas ele deixou algumas deliciosas pitadinhas para serem salpicadas pela nossa programação. E hoje, ele ensina a gente a fazer um molho super especial.*

(30/10/2013) Paulo Cabral: *Wessel tá de férias. Vida boa, mas ele deixou estas pitadas aqui pra gente. Wessel está étnico hoje. Cubos de cordeiro marinados a moda armênia. Vamos lá para a Armênia, Wessel?*

(01/11/2013) Paulo Cabral: *Wessel tá curtindo umas férias, mas você não fica sem as dicas aqui. Oh lá. Wessel, você vem hoje falar de um ceviche de linguado?*

(06/11/2013) Tatiana Vasconcelos: *Istvan Wessel continua em férias. Que vidão do Wessel, hein? Férias de novo!*

Paulo Cabral: *Você vai vendo as fotos dele no Facebook. Você acha que*

⁹² Neste boletim, Wessel classifica o arroz-doce como uma sobremesa de origem portuguesa.

são chatas as férias do Wessel?

Tatiana Vasconcelos: *É... é...é... Na verdade, ele está trabalhando. Ele está viajando, então não temos Wessel ao vivo. Mas temos, claro, um repetequinho saboroso pra você.*

(08/11/2013)

Tatiana Vasconcelos: *Não tem Istvan Wessel ao vivo, mas aqui você não fica sem as pitadas de gastronomia! Hoje é peixe, né Wessel?*

A organização da distribuição da palavra nos boletins gastronômicos reprisados seguiu sem alterações e posicionou Wessel em seu centro, com a maior parte do tempo a ele destinada. Muitas vezes, a retomada dos âncoras acontecia apenas para se despedir do gastrônomo e indicar a continuidade diária do boletim, com o sonoro “até amanhã”.

O colunista expressou-se enaltecendo sua fala dentro de um contexto cultural pertinente e com linguagem própria do mundo da gastronomia, sobretudo do universo dos preparos de carnes, das quais a sua tradição familiar impõe confiabilidade para a exposição radiofônica. Ao permanecer como centro da conversação, Wessel assume postura com predominância hierárquica nos boletins, os apresentadores favorecendo a passagem para a centralidade da sua fala.

Os operadores de análise dos movimentos de início e de fim foram claramente observados nos boletins. Respeitando o horário matutino das 11h37, a vinheta padrão da BandNews FM, com a sonoridade de um brinde de taças e a frequente frase de Tatiana Vasconcelos, “é hora da fome”, anunciava a chegada de Wessel para a transmissão radiofônica.

Pelo tempo proposto, as conversas foram curtas, com horário determinado, e movimentos simplificados no início. O tradicional “bom dia” e “oi”, e na despedida um “tchau”, “até amanhã” e “bom final de semana”, procurando assegurar a continuidade conversacional diária e expondo os supostos laços afetivos entre os participantes. Exceções foram observadas nos boletins regravados, nos dias 23 e 30 de outubro, e 1º, 6 e 8 de novembro, quando o colunista não estava ao vivo, e os “encerramentos” convencionais de uma despedida não aconteceram. Entretanto, em 25 de outubro, apesar do programete repetido, Tatiana Vasconcelos encerra a gravação com “a gente volta já já”.

Pareceu claro que os papéis e as relações entre os participantes no boletim *Pitadas de Gastronomia* estabeleceram a representação de um colunista, com respeitado entendimento do universo gastronômico, e desempenhado por jornalistas

que comentavam a especialidade narrada, para gerar fluidez do assunto em pauta. Com isso, as trocas foram marcadamente hierarquizadas, pois Wessel dificilmente foi interrompido quando anunciava as preparações saborosas. E mesmo no início e término dos programetes, não houve desvio do assunto da receita ensinada, com comentários que giravam em torno dela. Wessel possui o papel fidedigno de representante da gastronomia no boletim.

Ainda que não ao vivo, o dispositivo conversacional, hierarquizando o pronunciamento do gastrônomo, foi observado, por exemplo, em 25 de outubro, quando Tatiana Vasconcelos anunciou: “O nosso colunista continua em férias, mas ele deixou algumas deliciosas pitadinhas para serem salpicadas pela nossa programação. E hoje, ele ensina a gente a fazer um molho superespecial”. No dia 30 de outubro, com Paulo Cabral radiando: “Wessel está étnico hoje. Cubos de cordeiro marinados à moda armênia. Vamos lá para a Armênia, Wessel?”.

Os quadros, territórios e meios como dispositivos conversacionais assinalavam um colunista intuído em familiarizar o ouvinte às preparações alimentares que procuravam integrar a família e os amigos. Relevante exemplo do cenário foram os boletins de sextas-feiras, autodemarcados como: “Sexta-feira é dia do churrasco”. A aproximação do final de semana e a tradição do churrasco como agregador de pessoas e de eventos comemorativos mostraram-se pertinentes para o ouvinte identificar-se com o panorama e a possibilidade de executar o que foi ensinado em poucos minutos. Wessel fomentou esse ponto de vista nos boletins ao vivo, apenas falhando no período de afastamento⁹³. Além disso, frequentemente o homem fica à frente da preparação, e Wessel mantinha a conversa dentro de um quadro cultural que vislumbrava a figura masculina como centro do acontecimento. A sensação de não exigir detalhes dos rituais culinários e quantidades exatas de ingredientes, mostrou-se condizente com a praticidade do *homem gourmet*, além de estar em consonância com a visibilidade masculina promovida pela conceituada revista *Restaurant*. Foram passagens relevantes do modo de preparo alimentar, oferecidas às sextas-feiras pelo *Pitadas de Gastronomia*:

Sexta-feira: dia do churrasco. Boletim de 04 de outubro de 2013.

⁹³ A intitulação das sextas-feiras como o dia do churrasco é fortemente presente no *Pitadas de Gastronomia*. Mantendo o acompanhamento dos boletins fora do período analisado, quando o colunista está ao vivo às sextas-feiras, as receitas frequentemente orientam esse tipo de preparação alimentar.

Tatiana Vasconcelos *Sexta-feira feliz e é mais feliz porque é dia de churrasco. E mais feliz ainda, quando o ouvinte tem sua dúvida respondida, né Wessel?*

Istvan Wessel *Exatamente. E o Donato Silva. O Donato é do ramo, né. Ele é aqui de SP, de Osasco, né. O email dele começa com Tio Porcs. Então já viu que ele não brinca em serviço, né. Então, ele disse que ele queria umas dicas de petiscos. Mas ele falou: não aquela porção de frios ou tábua de queijos. Uns petiscos bem bacanas, para reuniões de confraternização depois do futebol.*

Sexta-feira: dia do churrasco. Boletim de 11 de outubro de 2013.

Tatiana Vasconcelos *Hoje sexta-feira é dia de churrasco, véspera do Dia das Crianças. Hora da fominha. Espeto na churrasqueira?*

Istvan Wessel *Exatamente. Olha, toda criança gosta de espetinho. Aliás, muito adulto também, né?*

Tatiana Vasconcelos *Oh (sic).*

Istvan Wessel *Toda criança gosta. Então, eu sugiro como não vai nenhuma criança em churrasco sem os adultos, então já tô (sic) tendo uma ideia aqui de fazer um churrasco de espetinhos, onde crianças e adultos podem curtir, podem aproveitar.*

Sexta-feira: dia do churrasco. Boletim de 29 de novembro de 2013.

Neli Pereira *Mantendo a tradição das nossas pitadas de gastronomia, Istvan Wessel, sexta-feira, vai falar de churrasco. E vai falar de churrasco de cordeiro. Wessel tenho a impressão de quem faz churrasco de cordeiro, deve ter a mesma dúvida de quem faz churrasco com carne de porco. Não sei. Mas que é. Como é que faz para pegar o tempero? E como é que faz para não ficar seco?*

Istvan Wessel *Oh Neli, você lembra daquele tempo que você não gostava de cordeiro?*

Neli Pereira *(Inteligível)... tem uma figura ilustre chamada István Wessel, que me fez mudar de ideia. <risos>*

Istvan Wessel *Neli, olha...*

Neli Pereira *Comi cordeiro na Nova Zelândia, inclusive.*

Istvan Wessel *Exatamente. Olha Neli, o cordeiro, queria falar hoje especificamente do carré de cordeiro, até porque um ouvinte nosso me pediu justamente hoje pela manhã, uma receita pra fazer isso na churrasqueira. E é uma carne hiper delicada, muito apreciada. Eu costumo brincar dizendo que são 08 ossinhos disputados pelo mundo inteiro.*

No boletim de 29 de novembro, ao sugerir um churrasco de cordeiro, como o próprio gastrônomo indicou como carne diferenciada por ser “hiperdelicada”, Wessel intercalou uma forma de preparação alimentar cotidiana com um ingrediente geralmente presente na alta culinária. A âncora da programação radiofônica comparou a preparação da iguaria à de carne de porco, supostamente menos cara e

mais comum do que o cordeiro. Apesar do não pronunciamento do colunista sobre a comparação, a hibridização do cenário entre o corriqueiro e o requintado presentificou-se aqui, com uma carne nobre sendo base de um preparo trivial, como o churrasco. Os ingredientes do cordeiro foram acepipes comuns, orientados da seguinte maneira por Wessel:

Modo de preparo do churrasco de cordeiro. Boletim de 29 de novembro de 2013.

Istvan Wessel

Então, o tempero para o cordeiro é o seguinte: você pode fazer um sal temperado. Um sal condimentado. Então, digamos você pega 02 colheres de sopa de sal grosso, e mistura com ele 02 colheres de sobremesa de alecrim picado e 01 colher de sobremesa de alho picado, e aí você pode colocar também agora, na colher, 01 colher de cafezinho de pimenta dedo-de-moça picada. Então, um pouco de pimenta, um pouco mais de alho, um pouco mais de alecrim e o dobro disso de, mais ou menos, de sal. Mistura isso tudo, e esta mistura você gruda bem, você pode temperar bem do lado da gordura, porque a gordura já impede um pouco a penetração do tempero.

Wessel procurou endossar a facilidade nos passos da preparação da carne de cordeiro, e quem sabe, desmistificar o conceito que a receita poderia ser concretizada apenas por um especialista. A condição do homem no universo da gastronomia, sugestionada pela conversação proferida pelo colunista, considerou um quadro cultural que atribui ao masculino destaque, visibilidade e sucesso nesse campo. Helena Jacob (2010), tomando por base considerações de Luce Giard (1996), indicou condições que endossam a ideia:

No ambiente midiático da gastronomia existe a imagem simbólica de que apenas os homens sabem preparar pratos da alta gastronomia: somente os homens sabem ser *chefs* de cozinha. À mulher é legado o papel de "fazedora" cotidiana de comida, de responsável pelas tarefas domésticas, inclusive a rotina da cozinha. [...] Hoje acredita-se no universo da gastronomia que as cozinhas profissionais devem ser dirigidas por homens. (JACOB, 2010, p. 108).

Jacob (2010) alertou que o profissionalismo masculino originariamente estava mais relacionado ao desempenho muscular do que as tarefas da cozinha exigiam no período ligado à Modernidade, como cortar carnes duras e pesadas, do que com a maestria gastronômica atribuída ao homem. Mas a imagem ficou assim estabelecida:

[...] a artesanaria da culinária deixou suas marcas na linguagem da gastronomia, mas a imagem midiaticizada desse processo não foi a do homem forte na cozinha, mas sim a do *chef* genial e criador, que se consolidou nos dias de hoje - mesmo que as cozinhas já não precisem de um trabalho braçal tão intenso. (JACOB, 2010, p. 108).

Em se tratando da conversação sobre a categoria de análise para os quadros, territórios e meios, houve programetes que sugeriram uma aproximação com a *world cuisine*, pois abordavam preparações culinárias tradicionais de distintos países, como o molho *bordaleaux* (cozinha francesa) para medalhão de filet mignon (9/10/2013), molho *bernaise*, sugerido como tradicional da cozinha francesa (25/10/2013), cubos de cordeiro marinados à moda armênia (30/10/2013), ceviche de linguado da cozinha peruana (1º/11/2013), carne de vitelo com molho de atum, uma preparação italiana denominada *vitello tonnatto* (13/11/2013) e a sopa borscht, de origem ucraniana ou russa (27/11/2013).

Apesar de pressupor que os ouvintes estavam cientes das tradições alimentares de outros povos, a linguagem verbal de Wessel esforçava-se para naturalizar o processo de confecção da iguaria. Mesmo diante de uma suposta receita culinária refinada, indicava ingredientes e formas de preparos simplificados, ou alternativas financeiramente menos custosas, como em 13 de novembro, quando sugeriu:

Se for vitelo, obviamente, que o lagarto de vitelo vai cozinhar em muito pouco tempo, em 45 minutos, e o lagarto de boi, vai levar, no mínimo o dobro. Vai levar uma hora e meia pra cima. Mas, como falei, se for um lagarto de boi que é mais fácil de achar, escolhe uma peça, um pouco mais fina pra cozinhar mais rápido.

Com obviedade, os boletins no ambiente radiofônico impuseram total restrição de acesso aos gestos e expressões faciais, ficando o ouvinte à mercê do tom das vozes dos jornalistas e colunista, entonações, risadas e animação das falas. Braga (2004, p. 301) observou: “A conversa telefônica impõe como restrição a ignorância de cada participante sobre os gestos e expressões faciais do outro”. Aqui, o identificador conversacional atuou nos sentidos restritivos - pelo ambiente de radiodifusão e pelo uso da telefonia móvel -, sendo os canais de comunicação utilizados pelo *chef*.

Segundo Balsebre (2005), a familiaridade entre um locutor e o ouvinte dar-se-ia por meio das palavras nas mensagens radiofônicas,

O texto escrito é um texto sonoro, por isso é necessário integrar na redação todos os recursos expressivos que conotam a referida impressão de uma realidade acústica, dando a mesma sensação de naturalidade e espontaneidade do discurso improvisado. (BALSEBRE, 2005, p.330).

A espontaneidade característica do ambiente radiofônico relaciona-se diretamente com o modo de proferir os textos verbais, buscando empatia constante entre a comunicação emissor-receptor. A palavra é parte do sistema expressivo de estrutura da mensagem sonora (BALSEBRE, 2005).

Wessel entrelaçou comentários espontâneos com prováveis leituras dos receituários alimentares. A leitura possivelmente observada pelos ouvintes, no momento da transmissão do passo a passo do prato culinário, ficava mais pronunciada quando os programetes eram gravações. A empatia do colunista aparecia nas falas anteriores e posteriores dos enunciados das receitas, ou quando reforçava a quantidade dos ingredientes ou a forma de preparação, procurando sempre o tom amistoso e descontraído, inclusive com os radiojornalistas. Balsebre (2005) proferiu que a linguagem radiofônica realmente possui artificialidade,

Outro elemento do contexto artificial e específico da palavra radiofônica é a integração entre o texto escrito e a improvisação verbal. O locutor quando lê um texto, tenta reproduzir uma naturalidade, uma certa intimidade para eliminar o efeito distanciador. (BALSEBRE, 2005, p.330).

E em um tom amistoso e descontraído, as falas dos âncoras e do colunista sempre davam vivacidade à locução. Como no caso de Tatiane Vasconcelos, que frequentemente emite um sonoro “é hora da fome”, antes da vinheta do boletim *Pitadas de Gastronomia*. Ou quando, ao final de uma preparação ensinada por Wessel, há expressões descontraídas, que fazem o público rir. Exemplos foram verificados nos boletins de 4 de outubro, ao comentar sobre futebol, ou em 22 de novembro, ao conversar sobre cinema, contribuindo para um ambiente informal e descontraído, carregando marcas pertinentes da vida comum.

Item relevante versava sobre o som que a palavra radiofônica reproduz, em termos de tom, timbre, intensidade e cor. O som agudo associa-se à imagem mais luminosa e clara aos ouvidos, e para o som grave uma imagem com certa obscuridade. Quando transportados para as vozes, a vocalidade aguda oferece a sensação de aproximação e a grave mais distanciamento. Por isso, nos programas noturnos as vozes graves são mais indicadas e as agudas mais direcionadas aos diurnos, que supostamente sugerem audiência mais dispersa e em movimento (BALSEBRE, 2005).

A criação sonora da palavra possui o conceito de harmonia definido pela sequência da sobreposição ou justaposição das vozes. O autor também citou o

hábito de agregar as vozes femininas e masculinas na programação radiofônica para gerarem esta harmonia sonora "conferindo credibilidade e verossimilhança" às falas (BALSEBRE, 2005, p. 332).

Além de se inserir na programação diurna, o boletim *Pitadas de Gastronomia* oferecia o tom da voz feminina e mais aguda de Tatiana Vasconcelos e da sua contraposição, as vozes de Paulo Cabral, e logicamente de István. Nos programetes, era ela quem mais trocava palavras com Wessel, procurando valorizar a preparação alimentar, com extremo bom humor e um "sorriso" perceptível aos ouvintes.

Armand Balsebre (2005, p. 331-332) argumentou que "a expressão musical da palavra e sua significação se definem pela melodia ou entonação", expressando a noção de continuidade. Se "num discurso com frases curtas e simples, se o locutor não tratar a melodia como um recurso de sua 'gramática expressiva' produzirá uma 'monotonia', dando origem à desconexão da comunicação, devido ao cansaço, desatenção e perda de interesse por parte do ouvinte".

Ouvia-se, portanto, um boletim de gastronomia com preocupações em transmitir os conceitos apregoados pela palavra radiofônica, com as adequadas intercalações dos timbres de vozes masculinas e feminina, em diálogos espontâneos (ou supostamente espontâneos), com sobreposições das falas permitindo harmonia, enunciando ritmo, melodia, agradabilidade, sociabilidade, bom humor, interesse na receita repassada, enfim, uma "luminosidade" à gastronomia, transmitida no ambiente de radiodifusão.

Os graus de formalizações e controles avaliados na conversação dos boletins sugeriram certa mescla entre a livre expressão e uma pauta formal existente. Claramente, as conversações estabelecidas no início e aquelas que finalizaram o *Pitadas de Gastronomia* não demonstraram rigidez, e havia interação espontânea do colunista com os jornalistas. Porém, as preparações sugeriam que Wessel estivesse lendo um documento, pois no boletim do início da noite repetia as informações. As transcrições dos boletins revelaram graus de intimidade entre os participantes. Inúmeras vezes Wessel se despediu indicando a condição, como, em 11 de outubro, com "beijo, bom fim de semana", em 16 de outubro e 27 de novembro – "beijo, tchau", e em 22 de novembro, "um beijo, um bom final de semana".

A institucionalização mostrou uma formalização estrutural dos programetes. A frequente expressão "é hora da fome" indicava a entrada do colunista no programa,

e as falas com os radiojornalistas eram naturalmente estabelecidas no início e fim dos boletins, entremeadas pelo pronunciamento exclusivo do gastrônomo. Nas palavras de Braga (1994, p. 303), para o nível social da institucionalização, “as regras podem nem ser muito conscientes - e podem-se observar controles, inerentes a um tipo de trocas, de tal modo aceitos como ‘naturais’, que os interlocutores nem mesmo se apercebem de seu rigor”. Wessel recebia a centralidade da conversação ao expressar a receita gastronômica. As passagens para essa condição, proferidas pelo dispositivo conversacional a vez de falar, ficaram pronunciadamente transparentes. O gastrônomo naturalmente estava imbuído de propriedade em sua locução, estabelecendo a relação de quem conhece profundamente o tema com quem está supostamente querendo aprender (ou divertir-se) ao ouvi-lo.

O dispositivo conversacional sobre o número de participantes e possibilidade de participar, no *Pitadas de Gastronomia*, mostrou a presença apenas do colunista e âncoras do programa jornalístico. Condição que demonstrou a facilidade no estabelecimento da estrutura da conversação no ambiente de radiodifusão. Com frequência, as falas se concentravam na “conversa a dois”. Além de propiciarem intimidade e sinceridade, o número de participantes não interferia nos temas, objetivos e processos. Não pareceu existir, por conta da condição, exigência de rígidos controles e aplicação de regras no modo conversacional. Os boletins gastronômicos apresentaram-se como bate-papo integrado entre pessoas que revelavam certo grau de familiaridade.

Notadamente, os assuntos, temas e matérias não se desviaram do propósito da gastronomia. Apenas um deles, que ao invés de repassar receita culinária, listou as principais raças de bois criadas no Brasil e no mundo, indicando as melhores e mais saborosas carnes para churrasco. O boletim de 18 de outubro apresentou informações técnicas, talvez dirigidas e apreciadas pelo público masculino, interessado nesse tipo de preparação alimentícia, como discutido com os dispositivos de quadros, territórios e meios. Wessel assim se expressou: “Hoje, no Brasil, a exemplo do que já aconteceu em outros lugares do mundo na década passada, as diferenças de raças começam a fazer sentido para o ouvido do consumidor, do churrasqueiro”. Apesar de não orientar diretamente a elaboração de uma iguaria, o gastrônomo conduziu um tema adequado para o dia da semana, intitulado “sexta-feira é dia do churrasco”, agregando todos os seus conhecimentos

técnicos, reconhecidos em premiações literárias, compartilhando informações que, certamente, tornavam-no um “churrasqueiro”, como ele mesmo se caracterizou.

As apreciações dos dispositivos conversacionais e a compreensão das conexões, atestando “conhecimento para analisar uma determinada conversa real e específica” (BRAGA, 199A, p. 307), que, agora, sob a ótica dos modos de endereçamento, procuraram ser demonstradas a seguir.

4.2. Endereçamentos do *Pitadas de Gastronomia com István Wessel*

Dentro do cenário geral dos 16 boletins analisados, nove continham receitas que envolviam diretamente apenas carnes vermelhas como base, e quatro com preparações de aves e peixes. A categoria oscilou entre preparações banais e mais refinadas, apontadas a seguir⁹⁴:

- bife à milanesa (02/10/2013);
- petiscos de cupim (04/10/2013);
- file mignon com molho *bordaleaux* (09/10/2013);
- espetinho de carnes (bovina, frango, suína) (11/10/2013);
- arroz doce (16/10/2013);
- raças bovinas para churrasco (18/10/2013);
- miolo de alcatra com molho picante (23/10/2013);
- molho *bernaise* (25/10/2013);
- cubos de cordeiro marinados a moda armênia (30/10/2013);
- ceviche de linguado (01/11/2013);
- churrasco de cação (06/11/2013);
- atum grelhado com purê de abacate e wasabi (08/11/2013);
- vitelo ao molho de atum (13/11/2013);
- tira gosto para churrasco (22/11/2013);
- sopa *borscht* (27/11/2013);
- churrasco de carré de cordeiro (29/11/2013).

⁹⁴ Os boletins de 15/11 e de 20/11 não foram transmitidos, quarta e sexta-feira respectivamente, por serem feriados.

Wessel mostrou-se inserido no contemporâneo universo gastronômico, pendendo ora para os refinados ingredientes, ora para aqueles mais comuns, como os espetinhos de carnes e o arroz-doce, ou o bife à milanesa e o miolo de alcatra. Mais que isso, e talvez pelo contexto radiofônico, ao expor a indicação da preparação alimentar, não havia, inicialmente, dificuldade de entendimento do passo a passo. Porém, apesar da orientação possuir um texto verbal simples, coloquial, sem grandes invenções, algumas quantidades dos ingredientes eram suprimidas, permitindo a liberdade ou a praticidade do ouvinte, e fomentando dúvidas. O gastrônomo procurou mesclar refinamento, popularidade, técnicas de preparo das iguarias. A fala presentificava o sujeito interessado em conhecer como uma receita poderia ser realizada, e o provável sucesso que atestaria quando degustada.

Helena Jacob (2006, p.12), ao diferenciar os conceitos de culinária e gastronomia, ressaltou que “ambas fazem parte do sistema de alimentação, sendo que a primeira se refere ao ato de cozinhar ordenadamente, com propósito, visando à elaboração de pratos. Já a segunda abrange um universo maior, onde a comida é também *status*, visibilidade e prazer”.

Apesar de haver demarcações entre gastronomia e culinária, *chefs* e culinaristas, a própria dinâmica contemporânea e as grandes e constantes publicações nos *mass media* sobre comida e assuntos correlacionados, além das festividades constantes em diversos lugares do Brasil, principalmente na capital paulista, desdobravam o requinte gastronômico numa condição factível e permitida a qualquer sujeito, com inspiração ou vontade de adentrar no cenário.

Além disso, abriu-se espaço para a cozinha mundializada⁹⁵, e o sistema cultural da alimentação predispôs o ingresso facilitado às opções de alimentos de qualquer parte do mundo, dentro de grandes centros comerciais (JACOB, 2010). Ao proferir as receitas, Wessel notadamente procurava representar a facilidade ao acesso e às condições de preparo dos quitutes, incluindo detalhes técnicos.

Ao discutir os movimentos contemporâneos na gastronomia, a *world cuisine* pareceu encaixar-se na condição da cozinha mundializada. Como mostrou Poulain (2013), ela fez com que os cânones da *haute cuisine* de certa forma se rompessem,

⁹⁵ Helena Jacob conceituou o termo apoiando-se em Bauman, quando registrou: “O conceito de mundialização diz respeito ao processo de aproximação entre pessoas inseridas em espaços geográficos diferentes. A troca de informações sem fronteiras, tanto pela conexão pela internet quanto pela difusão do hábito de viajar, e a troca de mercadorias entre os polos comerciais outrora distantes, são alguns dos motores da sociedade mundializada” (BAUMAN, 1998 *apud* JACOB, 2010, p. 190).

apresentando as mestiçagens e as misturas de elementos de diversas etnias, com visibilidade em outras cozinhas, que não apenas a tradicional francesa.

Observou-se, adicionalmente, que ele buscava se aproximar dos ouvintes, propondo cardápios que atendiam às dúvidas. Foram destaques no período de análise os boletins de 4 de outubro, quando Wessel oferece dicas de petisco em churrasco para um ouvinte do qual não citou o nome, 11 de outubro, com dicas de churrasco para uma ouvinte-mirim, pelo fato de a data ser perto do Dia das Crianças, e 29 de novembro, quando deu dicas para preparar a carne de cordeiro na brasa.

A percepção de intimidade foi evidenciada frequentemente nos programetes, ficando transparentes as passagens nas quais Wessel ratificava a convivência e o saber de particularidades e preferências dos radiojornalistas, ultrapassando os limites do estúdio radiofônico, sobretudo com Tatiana Vasconcelos e Neli Pereira.

A intimidade na conversação foi demonstrada por Fernanda Mauricio da Silva (2010),

O testemunho de uma experiência visa fortalecer os vínculos de intimidade que o programa pretende construir, ao mesmo tempo em que propõe para o telespectador um tipo de recepção que não está calcado na informatividade, mas no prazer de ouvir o outro falando sobre si mesmo. (SILVA, 2010, p.264).

Um desses exemplos foi observado no boletim de 4 de outubro, quando Wessel e Tatiana Vasconcelos demonstraram conhecer os times de futebol pelos quais ambos torciam.

Além da familiaridade com os radiojornalistas, a intimidade do colunista e familiares demarcou território no *Pitadas de Gastronomia*, narrando em 11 de outubro o costume da filha, quando criança, de apreciar coração de frango no espeto e a churrascaria que frequentavam na época. No dia 16 de outubro, ensinou o arroz-doce da cozinheira da sua sogra, de nome Conceição, na “família” há mais de 40 anos. E por fim, no dia 22 de novembro, comentando o hábito da sua esposa servir petiscos para os visitantes, enquanto ele preparava o prato principal. Por conta desses quitutes, que interferiam no apetite dos convidados, reduzindo-o, Wessel desabafou ao vivo.

Wessel comentando o hábito da sua esposa. Boletim de 22 de novembro de 2013.

(22/11/2013)

Neli Pereira: *Ai, que delícia Wessel! Mas o problema é que, você já deve saber, porque já participou, participei de churrascos com você, que eu me*

acabo no tira-gosto, e depois falta à fome. Hum, falta à fome...

István Wessel: *Olha, Neli, você sabe que, a minha mulher, a Sonia, ela faz isso para se vingar de mim. Quando eu faço um jantar em casa. Fico 03 horas na cozinha, e ela enche a mesa de aperitivo...*

<risos>

István Wessel: *... gostosos e tal. Aí, todo mundo chega em casa, morto de fome, vai começar comer aquilo lá. Aí, quando chega na hora de servir o jantar, que fiquei 03 horas lá esmerando, eu e a Marlene, nosso braço direito. Aí o pessoal fala: não, olha pra mim, vou querer só um pouquinho, tá?*

Pareceu nítido que Wessel dialogava diretamente com o ouvinte, desde as mais simples expressões como “a gente”, “nós”, “você viu”, “vamos lá”, presentes em todas as enunciações dos boletins gastronômicos, até quando intitulava o grau de facilidade da receita, convidando a audiência a prepará-la naquele mesmo dia (exemplos em 16/10, com a preparação do arroz-doce, ou em 13/11, com a carne de vitelo com o molho de atum), ou quando endereçava uma pergunta advinda de ouvinte (programetes de 4/10, 11/10 e 29/11).

As relações diretas se estabeleciam nos ensinamentos técnicos que o gastrônomo intercalava com o passo a passo da iguaria, detalhando as espessuras dos cortes dos produtos, temperaturas e tempo adequado para as preparações ou os utensílios culinários apropriados e como eles deveriam ser utilizados. No dia 9 de outubro indicou a temperatura ideal para cozimento (220° C), exigência de uma frigideira totalmente metálica e posicionamento vertical da faca para o corte da carne em fatias, e no dia 8 de novembro, quando explicou ao ouvinte o que era uma boa espátula e como deveria ser manuseada na preparação que orientava. Marcadamente, Wessel exercia a posição de profissional com significativo conhecimento sobre o assunto, dirigindo-se à audiência com suposta intencionalidade de aprendizado.

Wessel, com espontaneidade e autoridade ao falar, nos boletins ao vivo e nos gravados, sugeria facilidade nas elaborações alimentícias⁹⁶. Ao proferir preparações gastronômicas em textos curtos e em condições para o ouvinte acreditar que poderia concretizá-las tão rapidamente quanto o tempo que ele estava “falando” ao vivo, o

⁹⁶ O acompanhamento dos boletins *Pitadas de Gastronomia* ocorreu quase diariamente no período proposto para o estudo. Porém, nos analisados (quartas e sextas-feiras), não havia indicações para os ouvintes acessarem o *blog* do colunista e verificar os detalhes das preparações culinárias. Wessel possui o hábito de esclarecer que a receita, naquele espaço, possui pormenores para sua concretização.

chef legitimou uma gramática com suposta capacidade de entusiasmo à inspiração do ouvinte em realizá-la, e quiçá, ganhar os elogios que certamente o gastrônomo recebe. Não há dúvidas sobre a legitimidade da sua imagem no universo *gourmet do churrasqueiro*, seja pela tradição familiar ou o respeitado currículo e premiações.

As categorias conversacionais analisadas parecem endossar uma organizada passagem de informações do gastrônomo, com marcas de início e fim dos boletins, possibilitando atenção mais dirigida por meio da “atenção concentrada” do ouvinte, forma distinta para o ato de escutar, que pressuporia aumento do volume do rádio, para superar outros sons ruidosos, permitindo a concentração na mensagem radiofônica (ROMO GIL, 1994 *apud* FERRARETO, 2001). A condição ficou claramente presente quando Tatiana Vasconcelos anunciava “é hora da fome”, convocando o ouvinte para o início do programete.

A espontaneidade e a aproximação de Wessel com os colonistas denotavam interesse em estendê-la à audiência. No período analisado, o *chef* parecia sintonizado com os acontecimentos atuais e mesmo pessoais dos âncoras, além de atender diretamente a dúvidas dos ouvintes.

Contudo, como proposto por Ellsworth (2001), a posição-de-sujeito, exigindo a existência de uma posição no interior do saber, das construções de gênero e raça e das relações e interesses de poder, parecia convocar alguém que possuía familiaridade com os traquejos culinários. Mesmo pronunciando detalhamentos técnicos, algumas vezes István convocava um ouvinte com prévio conhecimento na elaboração dos quitutes e certo entendimento ou interesse nas preparações alimentares de outros países. Por exemplo, ao não quantificar claramente a quantidade dos ingredientes nos boletins de 2/10/13 (bife à milanesa), 16/10/13 (arroz-doce), 6/11/13 (churrasco de caçã), 8/11/13 (atum grelhado com purê de abacate e wasabi), 13/11/13 (vitello tomatto) ou 27/11/13 (sopa Borscht) ou com preparações da gastronomia armênia (30/10/13), peruana (1º/11/13), francesa (9 e 25/10/13), italiana (13/11/13) e ucraniana (27/11/13).

A bagagem de conhecimento que o boletim *Pitadas de Gastronomia* propunha à audiência deveria conter especificidades culinárias, pois mesmo as receitas das sextas-feiras, centradas no costumeiro churrasco do final de semana, com a proposta de reunir familiares e amigos, não se desvincularam da sugestão de carnes nobres e de pouco consumo, como pernil ou carré de cordeiro.

Apesar de Wessel convocar diretamente os ouvintes, nos aproximados sete minutos que estava ao vivo no rádio, com o cuidado de oferecer iguaria exclusiva, a situação se contrapôs quando o colunista de férias ou afastado da programação repetia um programa. Foram comuns, no período de afastamento do colunista, os radiojornalistas referenciar o boletim como “um repetequinho saboroso para você” (boletim de 6/11/13).

O *Pitadas de Gastronomia* endereça o ouvinte quando demonstra que a estrutura do boletim não se altera, mesmo quando o gastrônomo está ausente, e sugere que os interessados contentem-se com receitas que mesclam o simples, o banal, o corriqueiro, com toque de requinte e certo luxo, além da facilidade de qualquer um elaborá-la. Os pontos-chave do boletim gastronômico podem estar nas técnicas de preparo das iguarias e valiosas dicas prontamente orientadas pelo *chef*, na mistura dos ingredientes, acesso e conhecimento da intimidade do gastrônomo com a esposa, a filha e pessoas que com ele trabalham.

Diante disso, Wessel se distancia de um personagem inalcançável, sobretudo quando a elaboração da receita é reproduzível aparentemente de forma simples. Em sete ou oito minutos ensina uma receita completa e, quem sabe, faz o ouvinte estabelecer uma comparação entre o gastrônomo e si próprio.

A vez de falar do Wessel coloca em alerta o ouvinte, pois nesse momento que oferecerá as orientações à preparação da iguaria e terá a centralidade da fala. Se for muito complicada, o gastrônomo o convida a verificar a receita no seu *blog*, mas não informa o endereço para o ouvinte, que terá que procurar no *site* da BandNews FM ou do gastrônomo por iniciativa própria⁹⁷.

No ambiente radiofônico, seguindo as formulações de uma *webradio*, os boletins *Pitadas de Gastronomia* foram transmitidos convencionalmente pelas ondas de rádio e *streaming*. Houve aqueles que ficaram disponíveis para gravação no formato de *podcast*, no *site* da BandNews FM. A interoperabilidade entre os formatos digitais do boletim e as transmissões radiofônicas acontecia por meio do *blog* do colunista e *site* da emissora. Sem estabelecer frequência rígida, deixava à disposição *links* para ouvir ou *baixar* boletins gravados. Os ouvintes conseguiam

⁹⁷ Nos *corpus* dos boletins gastronômicos selecionados não houve, em qualquer um deles, a indicação de Wessel para que os ouvintes acessassem o seu *blog* para obter o passo a passo da receita culinária, porém, a continuidade do acompanhamento dos programetes revelou a situação.

visualizar receitas que o próprio *chef* publicava no *blog*, pois pela rádio, devido ao curto tempo destinado aos boletins, diversas anotações tornavam-se inviáveis⁹⁸.

Apesar de o colunista manter o *blog* dedicado aos “deleites gastronômicos”, com postagens das iguarias, ao clicar no link “podcast”⁹⁹, a preparação culinária mais recente mostrava data de 15 de fevereiro de 2012. Em outra seção, em seu *site*, as últimas publicações das receitas transmitidas no ambiente de radiodifusão sonora eram mais recentes, com datas de 17, 16, 15, 10 de dezembro, e 27, 26 e 19 de novembro de 2014¹⁰⁰.

As receitas *postadas* por Wessel no *blog*, apesar de bem detalhadas, não apresentaram fotografias, vídeos, áudios ou atrativos visuais. Estavam ali apenas em formato textual, e todas abriram espaços para comentários de internautas com o colunista. Um breve rolar das páginas não evidenciou qualquer comentário.

Há ainda mais uma consideração: existiram divergências entre os *sites* de Wessel e da BandNews FM, como em 10 de dezembro de 2014. No *blog* do colunista havia a preparação culinária “salada de peito de frango com vinagrete de limão e queijo roquefort”, e o áudio correspondente da rádio era “camarões apimentados, com gomos de laranja e hortelã”, além de vários *podcasts* presentes no *site* da rádio, porém com receitas ausentes no *blog* do gastrônomo, como parte dos boletins de dezembro de 2014 e meio de janeiro de 2015.

No *site* da BandNews FM quase todos os áudios de dezembro de 2014 (4, 5, 8, 10, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 24, 25, 26, 29, 30 e 31) e outros de janeiro de 2015 (1º, 2, 5, 6, 7, 8, 12 e 13) estavam à disposição para escuta ou gravação¹⁰¹. Como dezembro possui as tradicionais festas de fim do ano, sendo que diversas pessoas reservam as datas do término de dezembro ou início de janeiro para se ausentarem dos compromissos profissionais, os programetes de 24 a 29 de dezembro foram gravações. No mês de janeiro, os veiculados no *site* da rádio, entre os dias 5 e 13 de 2015, igualmente o eram. Ela não viabiliza o histórico dos boletins, apagando-os

⁹⁸ Disponível em: <<http://www.wessel.com.br/Wessel>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

⁹⁹ Disponível em: <<http://www.wessel.com.br/blog/?cat=36>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

¹⁰⁰ Disponível em: <<http://www.wessel.com.br/Blog?cat=3>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

¹⁰¹ Estavam ausentes os áudios de 9, 11, 22 e 23 de dezembro de 2014 e 9 de janeiro de 2015. Disponível em: <<http://bandnewsfm.band.uol.com.br/colunista.aspx?cod=18>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

com frequência desconhecida, quanto à interatividade com os ouvintes-internautas, pois não havia espaços para comentários nos *podcasts* no *website* da rádio.

Como produto midiático, o *Pitadas de Gastronomia* centrou-se claramente no propósito de transmitir por meio de palavras um assunto pouco explorado pelo ambiente de radiodifusão sonora, e pareceu organizado nas falas, porém, não foram todas as enunciações que obtiveram correspondência em ambos os *sites*, pelo menos no período de análise do colunista e da rádio, não oferecendo condições de os ouvintes acessarem os *podcasts* das radiodifusões gastronômicas, ou seguirem o passo a passo das orientações de Wessel.

Ao responder à pergunta “quem o boletim *Pitadas de Gastronomia* pensa que você é ou o que ele quer que você seja?”, na intenção de fidelizar uma audiência preferencial do ouvinte, pareceu endereçar àqueles que buscavam conhecimentos de certa forma diferenciados na arte de cozinhar ou com sugestível interesse em aprendê-los. Com marcas destinadas ao público masculino com pratos desvinculados do dia a dia, ares de sofisticação e ingredientes distintos, para certamente serem notados e valorizados diferenciadamente, e possivelmente sem grandes interesses pelos hipertextos, áudios e imagens presentes nos *websites* do *chef* e da rádio. Foi inegável a condição de aprendizado que Wessel estabelecia com a sua audiência por meio dos ensinamentos, não apenas das preparações culinárias, mas, sobretudo, sobre as técnicas dos equipamentos e os modos de pré-preparo das iguarias, convocando o ouvinte como suposto aprendiz.

Sugeriu-se assinalar os enunciados gastronômicos aqui ponderados como forma de entretenimento, talvez desvinculados do compromisso da elaboração prática da receita anunciada, orientados para uma fruição auditiva da preparação do quitute.

4.3. Comida - CBN FM SP

Nas manhãs das quartas e sextas-feiras, a radiojornalista Fabíola Cidral anuncia o boletim gastronômico *Comida*, no programa CBN São Paulo, da Rádio CBN FM SP. No ar por volta das 10h50, o programete apresenta uma variedade de reportagens correlacionadas ao universo *gourmet*, como apreciações e indicações de lugares modernos, descolados, inusitados, tradicionais, além das celebridades

que os comandam; comidas, ingredientes e modos de saboreá-los entre as mais variadas culturas e países. Anúncios de eventos pela cidade contemplando diversos públicos e preços das iguarias oferecidas; comentários e informações sobre assuntos polêmicos relacionados ao tema, entrevistando pessoas diferentes daquelas que participam com frequência da programação da rádio. Procura, de forma ampla, em aproximadamente oito minutos, englobar os assuntos que cercam com pertinência a área do conhecimento gastronômico.

Fabíola Cidral, que está na CBN desde 2000, atualmente ancora dois programas na rádio: CBN São Paulo (de segunda-feira a sábado, das 9h30 às 12h) e Caminhos Alternativos (sábado - das 9h às 10h). Informações no seu *blog* indicam que ela possui formação em jornalismo pela Universidade Católica de Santos (UNISANTOS), com especialização em Jornalismo Econômico na Fundação Getúlio Vargas (FGV/SP) e MBA em Derivativos e Informações Econômico-Financeiras pela Fundação Instituto de Administração (FIA/USP). Seu percurso profissional evidencia o estágio na BBC de Londres, em 2006. Com premiações no universo radiofônico, passou pelo programa CBN Noite Total, e edita o *blog* Caminhos Alternativos no *website* da rádio. No mesmo espaço cibernético, o ouvinte-internauta pode contatá-la por meio do *twitter* ou email. Com eventualidade, substitui os âncoras titulares dos programas CBN Brasil e Jornal da CBN¹⁰².

Não é somente Fabíola Cidral quem sonoriza o *Comida*; com colunistas e repórteres do jornal *Folha de S.Paulo* especialistas em gastronomia - Gustavo Simon, Luiza Fecarotta, Magê Flores e Marília Miragaia – ela comenta ao vivo, mesmo em feriados, na faixa de frequência ocupada pela rádio e por *streaming*, as matérias jornalísticas que o impresso publica às sextas-feiras, num caderno exclusivo com o mesmo nome do boletim¹⁰³. Ausente de um protagonista, como o *Pitadas de Gastronomia* possui István Wessel, sua essência está na conversação da

¹⁰² Disponível em: <<http://www.portaldosjornalistas.com.br/perfil.aspx?id=185>>, <<http://caminhosalternativos.cbn.globoradio.globo.com/>> e <<http://colunas.cbn.globoradio.globo.com/platb/fabiolacidral/>>. Acesso em: 13 jan. 2015.

¹⁰³ O caderno *Comida* tem espaço exclusivo para tratar as reportagens sobre gastronomia no jornal *Folha de S.Paulo* desde 12 de maio de 2011. Outra questão mostra o período de coleta dos boletins para as análises, pois na época (outubro e novembro de 2013), o caderno era veiculado às quartas-feiras, e só recentemente, a partir de dezembro de 2014, está circulando às sextas-feiras. Portanto, este trabalho considerou os entrelaçamentos com a programação radiofônica, sem ater-se à alteração do jornal. Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br/fsp/2011/05/12/2>>. Acesso em: 14 jan. 2015.

âncora da programação radiofônica com os colunistas e especialistas do jornal, enquadrando-se como prestador de serviços informativos do universo *gourmet*. Observou-se que os repórteres e colunistas do jornal, e a própria âncora do rádio, não possuem formação e atuação como gastrônomos ou culinaristas.

Fundado em 1921, o jornal autoinfere-se, desde a década de 80, como o mais vendido nacionalmente, enumerando os princípios de pluralismo, apartidarismo, jornalismo crítico e independência como elementos que sustentam seu crescimento¹⁰⁴. Hoje, expressa-se como um dos principais conglomerados de mídias do país, denominado Grupo Folha. Além do controle do jornal, associa outros impressos, como *Agora*, *Valor Econômico*, *Alô Negócios*, uma empresa de conteúdo e serviços de internet – *UOL*¹⁰⁵, um instituto de pesquisa - *Datafolha*, além de editora de livros (*Publifolha*), livraria virtual (*Livraria da Folha*), agência de notícias (*Folhapress*), entre outros¹⁰⁶. Atualmente dividido em cadernos diários (Poder, Mundo, Cotidiano, Ciência + Saúde, Folha Corrida, Esporte e Ilustrada), e suplementos semanais (Comida, TEC, Equilíbrio, Turismo, Folhinha, Ilustríssima etc.), reserva espaço exclusivo aos assuntos gastronômicos.

Um breve percurso do tema gastronomia¹⁰⁷ mostrou-se presente em seções editoriais, desde 1983, no suplemento *Turismo*. A mudança de seção para um caderno independente apareceu como anúncio **na primeira capa do jornal**, em 1990: “*Comida* agora é caderno¹⁰⁸”. Naquela época, em média quatro páginas informavam sobre restaurantes, receitas, segredos dos chefes de cozinha, sugestão de vídeos sobre o tema, serviços, novas tendências gastronômicas, convergência cultural etc. Apesar de ser um caderno, o *Comida* apresentava-se inserido em outro

¹⁰⁴ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_a_folha.shtml>. Acesso em: 14 jan. 2015.

¹⁰⁵ UOL - Universo On-line.

¹⁰⁶ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_o_grupo.shtml>. Acesso em: 14 jan. 2015.

¹⁰⁷ Uma busca simples com a palavra gastronomia no acervo do jornal (em edições desde 1921) resultou em 9.926 páginas associadas ao termo, sendo uma das suas primeiras referências a matéria com o título “Gastronomia Cosmopolita”, no caderno de *Turismo*, em 7 de janeiro de 1983. Naquela edição, o caderno estava composto de um volume de seis páginas. Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br/resultados/?q=%22gastronomia+cosmopolita%22&site=&periodo=acervo&x=11&y=10>>. Acesso em: 14 jan. 2015.

¹⁰⁸ Jornal *Folha de S.Paulo*. São Paulo, 2 de novembro de 1990. Acervo *Folha de S.Paulo*. Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br>>. Acesso em: 14 jan. 2015.

caderno, chamado *Ilustrada*. Com as constantes reformulações do jornal para atender aos novos formatos, possivelmente adaptáveis aos leitores, o impresso *Comida* ganhou definitivamente seu espaço, tornando-se independente do *Ilustrada* desde maio de 2011. Dois meses depois, houve o anúncio no programa CBN São Paulo, da parceria do jornal com a Rádio CBN na praça São Paulo, para difundir o boletim. O anúncio deu-se pelo próprio meio radiofônico, com uma entrevista entre Fabíola Cidral, o editor-chefe do caderno *Comida* na *FSP*, Vinícius Queiroz Galvão, e a repórter especializada em gastronomia, Luiza Fecarotta. No lançamento, os redatores da *FSP* informaram que o tema gastronomia estava presente no cotidiano das pessoas, pelo fato daquele momento econômico possibilitar o “gasto extra”. Foram palavras de Vinícius Queiroz Galvão, ao anunciar na rádio o *Comida*:

[...] a gastronomia... quando o país começa a crescer, e começa a ganhar mais dinheiro, a primeira coisa que as pessoas investem... não no supérfluo, digamos assim, mas numa coisa que não é essencial... então tem crescido muito as cenas de gastronomia na cidade de São Paulo... os restaurantes estão crescendo... o momento agora é de projeção internacional da gastronomia brasileira.¹⁰⁹

Vale ressaltar que os boletins das quartas-feiras referenciavam as matérias de capa do correspondente caderno do jornal¹¹⁰. No final de fevereiro de 2013, mais uma novidade foi anunciada: um canal de vídeos do caderno *Comida*, com reportagens sobre gastronomia, receitas e entrevistas, nomeado *TV Comida*¹¹¹.

O entrelaçamento entre jornal, rádio, boletim radiofônico e o canal de vídeos¹¹² acontece pelos espaços reservados ao tema na internet nos *sites* da rádio

¹⁰⁹ Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/cbn-sp/2011/07/04/CBN-SP-VAI-GANHAR-QUADRO-SOBRE-COMIDAS.htm>>. Acesso em: 14 jan. 2015.

¹¹⁰ Optou-se em preservar a indicação que o boletim *Comida* fazia à capa do caderno impresso pelo jornal *FSP* às quartas-feiras, pelo fato de a coleta do *corpus* ter acontecido em um período no qual circulava nesse dia da semana, pois desde dezembro de 2014 o caderno alterou a sua data de circulação para sextas-feiras.

¹¹¹ Anúncio do TV Comida no boletim de 27 de fevereiro de 2013. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/colunas/comida/2013/02/27/NOVA-GERACAO-DE-CHEFS-ESCANDINAVOS-CONQUISTA-A-GASTRONOMIA-MUNDIAL.htm>>. TV Comida. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/comida/tvcomida/>>. Acesso em: 14 jan. 2015.

¹¹² Importante ressaltar que este estudo orientou-se, primordialmente, para a mídia radiofônica. O olhar dos entrelaçamentos com outros veículos serviu apenas para estender seu poder expansivo de comunicação, não tendo a pretensão de detalhá-los.

CBN e do *Comida*¹¹³. Numa atrativa visualidade, o *site* do programete oferece acesso aos conteúdos veiculados por todas as mídias, além de novas reportagens, banco de receitas, entrevistas com *chefs*, *blogs* e comentários de especialistas, publicações da livraria, o que se pode “comer com os olhos”.

Figura 14 - Parte da página principal do *site* do *Comida* na internet

The screenshot shows the homepage of the 'Comida' website. At the top left, there is a large red header with the word 'comida'. Below it, a main article headline reads 'Corte de água em São Paulo faz restaurantes fecharem mais cedo', with a sub-headline 'Casas buscam soluções como caminhões-pipa para não ter que encerrar serviço'. To the right of this article is a large image of a cake with a nut crumble top, labeled 'Divulgação'. Below the cake image is a text box: 'Comida' testa o serviço de dez doceiros paulistas e cariocas que trabalham somente por internet ou telefone; tem cocada, brownie e torta-musse. Below the main article is a photo of a woman, Vicky Lau, with the text 'ELEITA Chinesa Vicky Lau é escolhida como melhor chef mulher da Ásia'. To the right of this is another large image of meat skewers on a grill, with the text '2014 Ingredientes do churrasco e da caipirinha são vilões da inflação'. At the bottom left, there is a 'blogs e colunistas' section featuring two authors: Alexandra Forbes (Chefs passam o chapéu) and Marcelo Katsuki (Quentinhas). On the right side, there are two search and filter sections: 'banco de receitas' and 'restaurantes'. Each section has a search bar, radio buttons for search criteria, and several dropdown filters. The 'banco de receitas' filters include 'tipo de cozinha', 'tipo de prato', and 'restrição alimentar'. The 'restaurantes' filters include 'Tipo de Cozinha', 'Bairro', 'Gasto Médio', and 'Estrelas'. Both sections have a 'Buscar' button and a 'Ver todos' link.

Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/comida/>, janeiro de 2015.

A tabela abaixo foi utilizada como referência discursiva de dispositivos conversacionais, relacionando as matérias do Caderno *Comida* no jornal *FSP* e os itens apresentados na programação radiofônica.

113

Disponível em: <<http://www.folha.uol.com.br/comida>> <<http://cbn.globoradio.globo.com/colunas/comida/COMIDA.htm>>. Acesso em: 14 jan. 2015.

Tabela 1 - Aberturas da Capa do Caderno *Comida* (FSP) e Boletim *Comida* (CBN São Paulo)

Data	Caderno <i>Comida</i> <i>(quarta-feira)</i>	Boletim <i>Comida</i> <i>(quarta e sexta-feira)</i>
(02/10/2013)	O mar tá pra peixe. Preços baixos e mudanças de hábito estimulam o consumo de pescado no Brasil; novas espécies importadas chegam ao mercado nacional. <i>(Gustavo Simon)</i>	Aumento do consumo de peixe. Anúncio do evento promovido pelo FSP e CBN sobre cozinha japonesa em SP. <i>(Fabíola Cidral e Luiza Fecarotta)</i>
(04/10/2013)		4º Evento Comida, com <i>chefs</i> de cozinha japonesa. Evento de gastronomia patrocinado pela Folha e CBN. <i>(Fabíola Cidral e Luiza Fecarotta)</i>
(09/10/2013)	Leve para casa. Folha avalia oito novas rotisseries em SP; preços são mais brandos do que comer fora, receitas estão mais arrojadas e há maior oferta de produtos gourmet. <i>(Marília Miragaia)</i>	Oito novas rotisseries abertas na cidade de São Paulo. <i>(Fabíola Cidral e Marília Miragaia)</i>
(11/10/2013)		Quadro Bom e Barato. Aborda como comer bem e de forma barata em São Paulo. <i>(Fabíola Cidral e Gustavo Simon)</i>
(16/10/2013)	Um banquete no camarim. De frango assado a sopa de banana ao curry, confira o que os artistas pedem para comer depois dos shows. <i>(Fernanda Meneguetti)</i>	Comida de camarim. O que os artistas comem? <i>(Fabíola Cidral e Luiza Fecarotta)</i>
(18/10/2013)		Comida fora do Estúdio. Luiza Fecarotta e Fabíola Cidral transmitem a gravação do evento na Casa Eletrolux, com curso do <i>chef</i> de cozinha considerado o melhor do mundo pela Revista <i>Restaurant</i> . <i>(Fabíola Cidral e Luiza Fecarotta)</i>
(23/10/2013)	Saber primitivo. Livro com receitas de cozinheira da etnia baré e visitas de chefs a tribos marcam interesse pelas tradições indígenas. <i>(Janaina Fidalgo)</i>	Comida indígena. <i>(Fabíola Cidral e Gustavo Simon)</i>
(25/10/2013)		Trajetória de uma artista plástica, que lançou livro da culinária libanesa e israelita, contando as experiências gastronômicas da sua história e das receitas árabes preparadas pela sua família judaica. <i>(Fabíola Cidral e Marília Miragaia)</i>
(30/10/2013)	Tá chovendo pitanga. Por que essa fruta brasileira, encontrada aos montes nas ruas de	Pitanga, uma fruta azedinha demais! <i>(Thiago Barbosa, Petria Chaves e Marília Miragaia)</i>

Data	Caderno Comida <i>(quarta-feira)</i>	Boletim Comida <i>(quarta e sexta-feira)</i>
	SP, é escassa no mercado e pode custar até R\$ 100,00 o quilo? <i>(Marília Miragaia)</i>	
(01/11/2013)		Hambúrguer de NY. Dica para o paulistano se aproximar das feiras gastronômicas no mundo. <i>(Thiago Barbosa, Petria Chaves e Magê Flores)</i>
(06/11/2013)	Coxinha de quê? De rabada a siri, passando por rã e joelho de porco, mandioca e mandioquinha: o petisco ganha versões com recheios e massas criativas; reportagem provou invenções de 11 locais em São Paulo. <i>(Fernanda Meneguetti)</i>	Coxinha de boteco. <i>(Thiago Barbosa, Petria Chaves e Gustavo Simon)</i>
(08/11/2013)		Como o aumento do IPTU em SP, que apesar de revogado, se refletiria para os estabelecimentos da cidade. Abordou a questão da baixa procura dos restaurantes pelos clientes. <i>(Thiago Barbosa, Petria Chaves e Marília Miragaia)</i>
(13/11/2013)	Cadê o garçom? Chefs apostam na informalidade do serviço e reduzem custos que poderiam ser repassados aos clientes. <i>(Magê Flores)</i>	Restaurantes sem garçons. <i>(Thiago Barbosa, Petria Chaves e Magê Flores)</i>
(15/11/2013)		Balada com resto de comida, nomeada com Disco Xepa. Aproveitamento das sobras das feiras livres, aderente ao movimento <i>Slow Food</i> , que emprega o respeito à cadeia produtiva da alimentação, para pensar em sustentabilidade e aproveitamento dos alimentos. <i>(Thiago Barbosa, Petria Chaves e Gustavo Simon)</i>
(20/11/2013)	De olhos bem abertos. Órgão de defesa do consumidor lista alimentos que não são o que parecem, como o hambúrguer "sabor" picanha, que contém também soja e carne de ave. <i>(Marília Miragaia)</i>	Alguns alimentos que não são o que parecem ser. <i>(Fabiola Cidral e Luiza Fecarotta)</i>
(22/11/2013)		Aborda as variações e os locais que servem o drinque mojito em SP. <i>(Fabiola Cidral e Gustavo Simon)</i>
(27/11/2013)	Vegano por uma semana. Crítico da Folha faz dieta sem	Desafio do crítico da FSP, Josimar Melo, em realizar dieta vegana por uma

Data	Caderno Comida (quarta-feira)	Boletim Comida (quarta e sexta-feira)
	derivados de origem animal e conclui: prazer à mesa é trocado pela lógica médica para evitar a subnutrição. (Josimar Melo)	semana. (Fabíola Cidral, Luiza Fecarotta e Josimar Melo)
(29/11/2013)		Outro lado de quem adota uma dieta restrita ou isenta da proteína animal. (Fabíola Cidral, Yuri Gonzaga e Erick Slywitch)

Fonte: Elaborada pela autora do estudo.

Por meio de breve observação da tabela, percebe-se que além da diversidade de assuntos voltados à gastronomia, os temas dos boletins concentraram-se nas matérias jornalísticas, sobretudo pelos radiodifundidos às quartas-feiras. A análise identificou que aqueles que convidavam os ouvintes aos eventos externos, às visitas de restaurantes e as polêmicas que suscitaram sobre o contexto pareceram priorizados no ambiente de radiodifusão. Ao acompanhar o produto radiofônico comparando-o ao jornal, era possível indicar que as dúvidas no rádio direcionavam-se à parte escrita e seguiram a determinação da ordem estabelecida na capa do caderno da *FSP*, como anunciado, sendo constantes as seguintes afirmações: “No caderno *Comida* de hoje”, “esta capa de hoje do caderno *Comida* da *Folha*”, “é difícil fazer esse quadro lá na *Folha*, ou não?”¹¹⁴.

Na ótica do operador de análise a vez de falar, as primeiras apreciações sobre os boletins gastronômicos de outubro e de novembro de 2013 demonstraram uma estrutura baseada em um ritmo de conversação, buscando aparentar espontaneidade e leveza à informação entre as múltiplas trocas de palavras dos participantes. Fabíola Cidral, a âncora oficial do CBN São Paulo, direcionava o bate-papo com perguntas prontamente respondidas pelos repórteres gastronômicos. Em verdade, articulava perguntas que poderiam ser dúvidas dos ouvintes ou fariam a conversa desenrolar conforme a matéria publicada no jornal. Com isso, as indagações eram elucidadas pelos especialistas: “Como é que eu faço para ir? Você falou em...? É isso? Como vou me preparar...? Será que tem mais restaurante

¹¹⁴ Vide anexos.

japonês do que pizzaria em São Paulo? Mas quem estará conosco amanhã no palco, Luiza?”¹¹⁵.

A espontaneidade no processo de conversação foi discutida por Fernanda Mauricio da Silva (2010), ao propor que era uma espécie de “estética da conversa”, que respeitava as formas naturais e as voluntárias estabelecidas na casualidade da vida cotidiana, mostrando-se como prática natural, sem objetivo e sem papéis determinados, neutralizando as normas sociais. Porém, a autora citou que com os avanços dos meios de comunicação, sobretudo para a televisão, o campo da espontaneidade exigiu mais aparatos para manter-se nessa condição. Apesar das técnicas apregoadas nos produtos midiáticos de modo geral, para a audiência pouco identificar a sua falta, os novos modelos propostos pelo campo da produção contiveram seus prováveis constrangimentos, estabelecendo tempo para fala, diferenciação dos papéis dos participantes, roteiro de perguntas preestabelecidas aos entrevistados com o objetivo da troca etc. Apesar da aproximação dos programas à ideia da conversação como a estabelecida na vida cotidiana, na prática e no ambiente radiofônico do boletim, não se mostrou diferente, pois direcionava-se à espontaneidade ser construída naturalmente, sendo, portanto, de certa forma erigido para a aceitação do público.

Por se tratar de um bate-papo que percorria o tempo integral da radiodifusão sonora, as falas eram bem distribuídas entre todos, porém, a autoridade dos repórteres de gastronomia estabeleceu-se pelo fato de esclarecerem e aprofundarem os assuntos. Logo, apesar de uma equitativa distribuição da palavra, o conteúdo das informações concentrava-se, em sua maioria, nos profissionais. Como exemplo geral da condição, o boletim sobre o aumento do consumo de peixe no Brasil, evidenciado a seguir.

Aumento do consumo de peixe. Boletim de 02 de outubro de 2013.

Fabiola Cidral

Vamos embarcar pro mar, porque o assunto é peixe e você traz uma boa notícia, pelo menos eu encaro isso como uma excelente notícia, que é o aumento do consumo do peixe. É isso?

Luiza Fecarotta

Pois é. Essa capa de hoje do Caderno Comida da Folha, a gente fala justamente sobre esse crescimento nos últimos oito anos Fabiôla, 196% de crescimento do consumo de peixe.

¹¹⁵ Fabiôla Cidral não ancorou os boletins *Comida* de 30 de outubro a 15 de novembro de 2013, porque estava de férias. Foram os repórteres e locutores Thiago Barbosa e Petria Chaves que conduziram seis programetes, nas seguintes datas: 30/10, 1º/11, 6/11, 8/11, 13/11 e 15/11 de 2013.

- Fabíola Cidral** *Você falou 196%?*
- Luiza Fecarotta** *Nos últimos 08 anos. É engraçado que se a gente for pensar isso em quantidade, são nove quilos de pescado por ano. Ainda é muito pouco se a gente for comparar o quanto a gente consome de carne bovina e de frango que respectivamente é 37 quilos e 44 quilos. Então veja bem, ainda tem um longo caminho pela frente, mas a gente já tem esse crescimento e tem tudo pra seguir crescendo.*
- Fabíola Cidral** *Uma coisa que eu percebo aqui também, e quando a gente viaja a gente percebe o quanto o Brasil às vezes não aproveita o seu próprio peixe. A gente tem um desperdício aqui também de peixes muito grandes porque a gente, por exemplo, ah o quanto a gente desvaloriza uma sardinha. O quanto a gente desvaloriza uns peixes menores. Por exemplo, quando estive na Grécia recentemente, é impressionante. Cada pedacinho de peixe é aproveitado*
- Luiza Fecarotta** *É aproveitado.*
- Fabíola Cidral** *E é uma fortuna. É caro. Muito caro. Só que eles valorizam de uma maneira que é muito interessante. Na Europa como um todo, né?*
- Luiza Fecarotta** *O peixe aqui geralmente é bem maltratado. Ou seja, tem esse problema. A gente se pergunta, a gente tem 7000 quilômetros de litoral aqui no Brasil e é o planeta da água doce. Como é que a gente não consome tanto peixe. Muito mais do que a gente consome hoje em dia né. Existe essa margem. Existe possibilidade de crescer. Mas é um mercado muito complicado, muito instável então tem uma questão, até a gente ouviu alguns especialistas, que é essa questão do preço. Então um dia o consumidor vai ao mercado e tá por X. No dia seguinte ele vai, tá por X mais Y.*

Apesar das dúvidas que Fabíola Cidral apresentava aos jornalistas com especialidade em gastronomia, demonstrou conhecimento do tema e por vezes colocou-se capaz de orientar os ouvintes. Como o que aconteceu no boletim de 22 de novembro, quando comentou sobre um drinque denominado *mojito*, que tomou na Tailândia, em seu período de férias. Ao proferir essa condição, por alguns instantes atestou a centralidade da fala, e Gustavo Simon, o repórter que trazia as informações ao boletim, absorveu o comentário de Fabíola.

Mojito. Boletim de 22 de novembro de 2013.

- Fabíola Cidral** *Em ritmo da salsa. O ritmo caribenho pra falar sobre Mojito. Qual é a novidade do Mojito em São Paulo?*
- Gustavo Simon** *Muitos bares estão investindo nesse drinque muito clássico né, pro verão. O rum é uma bebida que nunca saiu de moda né, o Mojito também nunca saiu de moda, inclusive é o drinque mais buscado na internet, no Google, em todo mundo.*
- Fabíola Cidral** *Sério?*
- Gustavo Simon** *O coquetel mais buscado no Google é o Mojito.*

- Fabíola Cidral** *Você sabe que lá na Tailândia, onde eu estava nas minhas férias agora, todo mundo tomando Mojito. Aliás, foi o que eu mais bebi lá foi Mojito.*
- Gustavo Simon** *Ah é?*
- Fabíola Cidral** *É. É uma novidade. Um Mojito negro.*
- Gustavo Simon** *Mojito negro?*
- Fabíola Cidral** *Na verdade eu não sei o porquê. Ele era escuro. Eu não sei se eles colocavam chá ou era o açúcar negro. Eu não sei o que que era. Eu sei que o Mojito era escuro. Uma cor assim parecida com a Coca-Cola praticamente.*

Com diferentes formatos de apresentação, um boletim gravado fora do estúdio radiofônico possibilitou a Luiza Fecarotta e Fabíola Cidral entrevistarem um dos *chefs* mundiais mais famosos da atualidade, ganhador do prêmio de melhor restaurante mundial em 2013, oferecido pela revista *Restaurant*, especializada e respeitada no universo *gourmet*, citada anteriormente. A entrevista com Juan Roca foi conduzida de forma igualitária por Fabíola Cidral e Luiza Fecarotta, assegurando, mais uma vez, a equidade das falas. O evento foi ao ar no dia 18 de outubro, com as seguintes dúvidas das jornalistas ao *chef* de cozinha:

Evento Casa Eletrolux. Boletim de 18 de outubro de 2013.

- Fabíola Cidral** *E o comida sai do estúdio hoje. Estamos passeando né, Luiza Fecarotta?*
- Luiza Fecarotta** *Tudo bem Fabíola? Te trouxe até a Casa Eletrolux hoje aqui no Jardins porque tem uma celebridade aqui hoje da cozinha né, o chefe Juan Roca, Catalão que neste ano ganhou, o restaurante dele é o Celebre Sanroca, o restaurante dele ganhou como o melhor do mundo, eleito pela revista britânica Restaurant. Não é pouca coisa né?*
- Fabíola Cidral** *Bom. Ele está chegando aqui. Vamos conversar com ele. Qual que é a melhor comida do mundo heim?*
 [...] *E a sua memória qual é? Da sua memória? Qual é a sua comida do coração então?*
 [...] *Mais arte ou mais técnica?*
 [...] *Você falou de chefes e de restaurantes. E os sabores do Brasil, quais são aqueles que pegam já o seu coração assim?*
- Luiza Fecarotta** *No El Celebre Sanroca você disse que usa técnicas modernas, vanguardistas e a tradição. Como é que você traduz isso na cozinha?*
 [...] *E aqui no Brasil Juan, vai conhecer algum restaurante? Tem curiosidade de conhecer algum lugar?*
 [...] *Como é que você vê a cozinha brasileira hoje no mundo? Qual a importância?*

Certamente as informações com aprofundamento elucidativo advinham dos especialistas em gastronomia, porém, a âncora do radiojornalismo, em determinadas ocasiões, ao assumir momentaneamente a centralidade da fala nos boletins, ponderando entre tomar a palavra ou concedê-la a quem de fato trazia a peculiaridade da informação, presentificou a situação na qual “os papéis ativo e passivo” podem frequentemente assumir concomitância “para um mesmo participante em uma conversa” (BRAGA, 1994, p.296).

Os movimentos de início e fim nos programetes foram facilmente observados. Com a aproximação do horário da radiodifusão do *Comida*, Fabíola Cidral frequentemente indicava *você tá com fome? A CBN tem ou Com fome? Hum, a CBN tem*, ou ainda, *é hora de falar de comida!*, seguidos de um sonoro brinde de taças ao fundo e com vinheta padrão em voz grave masculina pronunciando *Comida, uma parceria CBN e Folha de São Paulo*.

Logo após as marcas de início do boletim, Fabíola anunciava ao ouvinte quem participaria do bate-papo sobre gastronomia naquele dia. Apesar de atestar as falas de repórteres gastronômicos conhecidos, não existia previsibilidade de quem se apresentaria na rádio. Uma sugestão acontecia às quartas-feiras, por meio das reportagens de capa do caderno, porém, um levantamento dos meses analisados demonstrou que apenas quatro de um total de nove reportagens assinadas nesse dia da semana no jornal foram debatidas, no ambiente radiofônico, pelos responsáveis pela matéria (conforme Tabela 1). Os programetes apresentaram-se como espaço para debates de vários assuntos polêmicos, como verificado em 4 de outubro, quando Fabíola Cidral e Luiza Fecarotta entrevistaram o *chef* de cozinha Raphael Despirite, do restaurante francês Marcel, em São Paulo, sobre a polêmica proibição em servir uma iguaria francesa, o *foie gras*, nos restaurantes da cidade; a entrevista do *chef* de cozinha Juan Roca em um evento externo aos estúdios da rádio, em 18 de outubro; em 27 de novembro, ao entrevistar Josimar Melo, comentarista da *FSP*, abordando uma polêmica sobre a dieta vegana, gerando um novo boletim em 29 de novembro, com a participação do jornalista Yuri Gonzaga, do jornal *Folha de S.Paulo* e do nutrólogo Erick Slywitch, para defenderem a posição dos seguidores da dieta.

As finalizações eram claramente ressaltadas quando costumeiramente Fabíola Cidral anunciava o fim do bate-papo, com *até a próxima, até sexta, sexta a*

gente volta a se falar aqui, vamos ao repórter CBN com outras notícias, além de laços afetivos de despedida com as jornalistas Luiza Fecarotta, Marília Miragaia e Magê Flores, ao pronunciar *um beijo, um abraço*. Particularmente para o *Comida*, os âncoras do CBN SP indicavam com assiduidade a visita ao *site* do boletim na internet, como demonstrado na finalização de 23 de outubro, em que o tema foi comida indígena, e o encerramento indicou: *Pra quem quiser mais detalhes, tá tudo isso lá. Os endereços, inclusive receitas também, lá no Comida, que é o www.folha.com.br/comida. Tem uma receita de mujeca de filhote. Vai ver o que é, vai*. A indicação de acesso, muitas vezes, orientava à ampliação e à continuação do que fora radiotransmitido. Depois do boletim, os anúncios publicitários ganhavam a cena do programa de rádio.

Frente à situação dos repórteres não possuírem convencionais formações no universo da gastronomia ou demonstrarem experiências práticas no espaço profissional, o dispositivo conversacional indicando os papéis e as relações entre eles demonstraram uma troca de palavras pouco hierarquizada, mesmo reconhecendo as acuidades dos papéis dos jornalistas de gastronomia com posições exteriores às conversas, elucidando os temas em pauta e caracterizando o papel representado como *experts*.

O papel de moderador, para os âncoras da programação radiofônica, ficou bem delimitado. Ao estender a categoria de análise, como definido por Braga (1994), há papéis que surgem especificamente nas trocas das palavras para corresponder a uma função de articulação. A condição fica concentrada em um indivíduo, que se distingue dos demais participantes, não obrigatoriamente pela condição de representação ou desempenho, diferenciando a hierarquia da conversação, mas pela capacidade de moderação do assunto, como num debate parlamentar ou animação de um programa de entrevistas em televisão, parecendo ser o papel mais adequado às falas dos radialistas do *Comida*.

As ocorrências se sobressaíram em vários boletins, principalmente com a ancoragem de Fabíola Cidral, como em 11 de outubro, quando a reportagem abordava restaurantes da cidade que ofereciam pratos prontos ou denominados executivos. Gustavo Simon explanou sobre as opções de cardápio desses estabelecimentos. Fabíola Cidral endossou que havia almoçado em um dos restaurantes indicados por Simon, relatando o prato saboreado no dia anterior à reportagem,

Por coincidência ontem eu fui no executivo do Epice.[...] Eles serviram de entrada uma sopa fria, com ovinho de codorna. Não sei nem explicar o que era porque eu não sou especialista nisso, e tinha também de prato principal o cordeiro. Mas tava divino assim. O cordeiro com batata doce e de sobremesa um bolo de mandioca com sorvete de tapioca. Quarenta e cinco reais por pessoa. Os três pratos.

A relação de determinação cultural para os quadros, territórios e meios mostrou-se bem diversificada sob o olhar dos assuntos pautados nos boletins da Rádio CBN. Uma análise geral demonstrou que apresentavam as atuais variações do universo *gourmet*, nacionais e internacionais, mixando os movimentos de requinte com a cozinha regional ou aquela que se aproximava da afetiva e cotidiana. Contudo, apenas dois divulgaram receitas ou modos de preparo para o ambiente radiofônico: no dia 30 de outubro, abordando drinques e sugestões de utilização da pitanga em pratos culinários, e no dia 22 de novembro, sobre o coquetel *mojito*.

O boletim de 23 de outubro revelou-se interessante ponto de verificação do dispositivo conversacional, pois houve desdobramentos para análises de outros programetes. Com relatos das iguarias da culinária indígena como diferenciais, ou mesmo a aproximação de renomados *chefs* de cozinha para diversificarem o seu *menu*, a reportagem discorria sobre uma autóctone, que como tantas outras mulheres em seu cotidiano, cozinheira para sua família, fora referenciada como “celebridade” pela condição exótica dos ingredientes em seu cardápio. Especialista na cozinha amazônica, dona Brasi recebeu muitos gastrônomos, inclusive Alex Atala, o renomado *gourmet* brasileiro, conhecido internacionalmente, para ensinar-lhes pratos culinários que continham carnes exóticas de caças (paca, anta, tucano) e até saúvas. Um dos principais pontos do boletim era divulgar sua chegada a São Paulo para um evento gastronômico reservado, ao lado do lançamento do seu livro de receitas, intitulado *Dona Brasi - cozinha tradicional amazônica*. Gustavo Simon explicou:

A dona Brasi é uma indígena da etnia baré, lá de São Gabriel da Cachoeira, no Amazonas, região do Alto Rio Negro. Há um tempo ela veio pra São Paulo trazendo aí um embornal com saúvas, com tucupi preto, com beiju. Muitos chefes foram conhecer depois a dona Brasi lá em São Gabriel da Cachoeira, entre eles o Alex Atala, que virou um amigo praticamente da dona Brasi, e a dona Brasi está lançando um livro agora, com as suas receitas. Chama Dona Brasi - cozinha tradicional amazônica, e está voltando para São Paulo para fazer mais um jantar com esses ingredientes aí da floresta amazônica.

A inquietação analítica surgiu no boletim pela imbricação do requinte com o regional indígena. Indicada como cozinha diferenciada, mas na verdade tradicionalmente formadora das raízes brasileiras no norte do país, surgia em um evento com restrito acesso e exigência de reserva. As informações sobre valores e endereço foram claramente divulgadas no rádio, como o nome da *chef* de cozinha do restaurante que a ciceronearia.

Comida indígena. Boletim de 23 de outubro de 2013.

Fabíola Cidral *Agora, engraçado essa história da Dona Brasi. Né. O nome dela é Josefa Antônia Gonçalves?*

Gustavo Simon *Exato.*

Fabíola Cidral *Nunca imaginou que ela fosse... Ela vem de qual região lá do Amazonas?*

Gustavo Simon *É do Alto Rio Negro, a cidade de São Gabriel da Cachoeira. Só se chega lá de barco ou de avião turbo hélice e ela tá nos preparativos pra fazer toda essa viagem pra chegar aqui em São Paulo na semana que vem, no dia 30, ela faz um jantar a quatro mãos com a Mara Salles, a chefe do Tordesilhas, que fica na Alameda Tietê, 489. O jantar vai ser no dia 30 às 9 da noite. Precisa reservar pelo telefone: 3107 7444.*

Fabíola Cidral *E tem o valor de quanto que vai ser esse...*

Gustavo Simon *Vai custar 150 reais.*

Fabíola Cidral *150 reais.*

Gustavo Simon *Com serviços e bebidas e vai ter o lançamento desse livro que a gente comentou "Dona Brasi Cozinha Tradicional Amazônica".*

A mescla de assuntos continuou no boletim de 23 de outubro. Fabíola Cidral mencionou o debate que aconteceria na Câmara Municipal sobre o *foie gras*, nobre iguaria francesa, partindo do pressuposto de que os ouvintes sabiam do que se tratava, pois não ofereceu mais esclarecimentos. A dúvida sobre o *foie gras* apareceu em um programete anterior, em 4 de outubro, quando um gastrônomo de um restaurante de origem francesa defendia a possibilidade da utilização do ingrediente nos pratos culinários. O ponto central do debate seria, portanto, a proibição da utilização do acepipe nas receitas elaboradas pelos *chefs* de cozinha da capital paulistana, proposta por um vereador, porque ambientalistas condenavam a sua prática de obtenção, indicando o sofrimento do animal. Como nesse boletim, havia indicação de pratos indígenas que utilizavam carnes de caça, não presentes no cotidiano das pessoas que vivem nos centros urbanos, como paca, anta e até

tucano. A lembrança pareceu óbvia, pois se tratava de assuntos correlacionados aos temas de proteção ambiental.

Em verdade, o *Comida* abriu espaço para a proteção aos animais, que sob a luz da gastronomia representa-se pelas preparações que restringem total ou parcialmente a utilização de proteínas animais na elaboração dos pratos culinários, intitulada veganismo ou vegetarianismo, respectivamente, como vozes de um modo de vida voltado à restrição alimentar. Participando intensamente e veiculando boletins dedicados exclusivamente ao vegetarianismo, como o radiodifundido em 27 de novembro, contando o desafio de Josimar Melo, crítico de gastronomia do jornal *FSP*, submetido a uma dieta vegana durante uma semana, ou como o programete de 29 de novembro, com a participação de um jornalista vegano e um nutrólogo, para defender a ideia de que a alimentação baseada exclusivamente em proteína vegetal era tão saborosa como a que continha itens animais em sua elaboração. E que era perfeitamente possível associar uma opção filosófica de alimentação preservando a saúde e enaltecendo o sabor.

Pelo expressivo e marcante caráter jornalístico, o *Comida* não se desvinculou do compromisso de demonstrar as múltiplas posições que os assuntos gastronômicos permitem. Um rápido percurso pelos temas tratados nos boletins o confirma, como em 25 de outubro, que apresentava uma artista plástica que lançava um livro integrador de dois povos que mantêm relações de extremo conflito, por disputas religiosas, políticas e sociais, mas que possuíam elos na gastronomia. A artista plástica era uma judia que havia nascido no Líbano, e por meio da alimentação agregava os povos tradicionalmente inimigos. Outro exemplo foi o *Comida*, de 8 de novembro, com o assunto sobre o aumento do IPTU para os estabelecimentos comerciais da cidade de São Paulo, e os efeitos que acarretaria nos custos dos restaurantes, que deveriam repassá-los aos consumidores, ou ainda, o transmitido em 20 de novembro, indicando uma lista de alimentos que não são o que parecem ser, ou seja, produtos amplamente comercializados, como o hambúrguer “sabor” picanha, que contém em sua composição soja e carne de ave.

Além disso, existiam boletins dedicados aos lugares que ofereciam comida boa e barata na capital paulistana, tradicionalmente indicada como dispendiosa para o tipo de diversão¹¹⁶. Porém, as sugestões apresentaram-se sempre para o horário

¹¹⁶ Frequentemente os boletins indicavam os inúmeros restaurantes da cidade de São Paulo e os preços médios dos principais pratos gastronômicos oferecidos, que por serem tradicionais ou terem à

destinado ao almoço, que tradicionalmente oferecem menus restritos e predeterminados. Exemplos da forma mais econômica de alimentação foram abordados nos boletins de 9 de outubro sobre novas rotisseries abertas em São Paulo, que ofereciam espaço para o almoço, de 11 de outubro, sobre pratos prontos e executivos, e 6 de novembro, sobre comida de boteco, centrando-se na coxinha.

Outro programete com relevante abordagem de análise enquadrado na categoria conversacional de quadros, territórios e meios, foi o denominado Disco Xepa (em 15 de novembro), propondo uma festa com sobras de alimentos. A iniciativa, explicada por Gustavo Simon a Thiago Barbosa, demonstrava as preocupações contemporâneas com os processos de sustentabilidade e o desperdício de alimentos, e sua tendência em seguir movimentos internacionais estabelecidos. As falas de Thiago Barbosa e Gustavo Simon constataram o fato.

Dico Xepa - Balada com resto de comida. Boletim de 15 de outubro de 2013.

Thiago Barbosa *Agora, outra coisa importante é o seguinte né, me chama a atenção aqui à reportagem do Caderno Comida dessa última quarta-feira Gustavo, dizendo que tem gente fazendo balada com resto de comida? Como assim?*

Gustavo Simon *Balada com resto de comida. É uma iniciativa do movimento Slow Food Thiago, que é um movimento que tá presente em 170 países, um movimento que prega o respeito à comida desde a sua produção. O respeito aos agricultores. Toda cadeia produtiva da comida e lá na Europa eles inventaram, o braço jovem do movimento Slow Food, criou uma balada, uma festa, que aqui foi traduzido como Disco Xepa.*

Thiago Barbosa *Disco Xepa?*

Gustavo Simon *Exatamente. Lá fora é chamado Disco Soap. O conceito dela é muito simples. Eles vão as feiras livres, aos mercados, pegam tudo o que iria pro lixo porque todo mundo sabe né? Muita coisa de feira livre, de supermercado acaba indo pro lixo. O pessoal vê um machucadinho no tomate, um amassadinho na maçã, dispensa aquela fruta.*

Thiago Barbosa *Isso não significa que não dá pra comer né?*

Gustavo Simon *Exatamente, pelo contrário. E aí eles pegam todos esses alimentos, levam pra um local qualquer e organizam uma festa com musica eletrônica, com DJ e fazem um jantar com todas essas sobras.*

Certo que o fato evidenciou posturas de um jovial panorama da gastronomia. Afinal, há décadas, provavelmente a situação seria inconcebível. Tem-se a impressão que uma aflição social da fome, que acomete alguns e refuta o

frente renomados *chefs* da culinária nacional ou internacional, eram considerados dispendiosos para a maior parte da população.

desperdício de outros, deu um toque de conscientização e evidência ao evento. Porém, a presença e a atuação de grandes nomes do cenário nacional, como Alex Atala (Dalva e Dito, D.O.M.), Janaina Rueda (Bar da Dona Onça), Bernardo Simões (Itajaí - SC), mostrando-se como “uma festona para 350 pessoas” ou “um evento fechado para convidados”, mesmo que aproximada da realidade cotidiana em aproveitar os alimentos, manteve-se longe das maiorias e sem permitir um verdadeiro diálogo, como provável assunto da moda, como proferiu Jacob (2013, p. 25): “Não comemos apenas para matar a fome, mas também para nos alimentar de convívio social, assim como de tendências da moda e de imagens”.

Como abordado na análise do outro boletim, a familiaridade entre o locutor e o ouvinte dar-se-ia por meio das palavras, buscando empatia constante entre eles (BALSEBRE, 2005). Apesar de o seu roteiro seguir as reportagens jornalísticas, a palavra radiofônica, integrando texto escrito e improvisação verbal, pareceu dar o tom de toda a programação. Logicamente que esse aspecto, atestando naturalidade, já discutida pelo dispositivo conversacional a vez de falar, poderia não ser tão espontânea, frente ao possível e facilitado acesso que Fabíola Cidral tinha sobre os conteúdos. Com isso, deu-se uma provável antecipação das falas, antevendo exemplos e considerações que costumava verbalizar.

O som da palavra radiofônica que permitia luminosidade e clareza aos ouvidos da audiência, por meio da voz aguda feminina (BALSEBRE, 2005), foi claramente percebido ao ouvir as conversas de Fabíola Cidral com os repórteres especializados em gastronomia, pela expressiva gramática da radialista.

A sonoridade estendeu-se de modo diferenciado no *Comida*, pois houve aberturas e encerramentos que utilizaram músicas relacionadas ao principal assunto. Exemplos foram os boletins de 2 de outubro, com música de abertura de Dorival Caymmi sobre mar e pescadores, o assunto versando sobre o aumento do consumo de peixe entre os brasileiros; em 4 de outubro, uma música japonesa sonorizava a abertura do programete que convidava os ouvintes a um evento que aconteceria no sábado; ou em 23 de outubro, com música indígena para abordar a cozinha regional de uma autóctone da região norte do país. Em verdade, em 18 programetes, oito deles utilizaram o elemento pertencente à linguagem radiofônica.

Ao tratar os procedimentos técnicos que permitem uma realidade e uma amplitude sonora do ouvinte, Balsebre (2005, p. 327) discutiu que existia um conjunto de formas sonoras e não sonoras, como palavra, música, efeitos sonoros e

silêncio, capazes de caracterizar “o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos ouvintes”. Baseando-se nas considerações do autor, o *Comida* permitiu que, por meios artificiais, percebesse ou imaginasse o que estava sendo sonorizado, conforme o próprio sistema sensorial adaptado às condições do produto midiático.

O convencional meio radiofônico impõe restrições aos gestos e às expressões faciais, porém, nesse boletim, uma exceção podia ampliar o olhar do ouvinte: era possível visualizar os âncoras dos estúdios de São Paulo e Rio de Janeiro, como referenciado na parte do trabalho que discutiu a Rádio CBN, durante todo o momento da sua programação. Isso se deve ao aparato tecnológico que a convergência do rádio com as mídias eletrônicas permite. Sem dúvida, a CBN esteve caminhando para o ambiente altamente informatizado do rádio na web.

Para os graus de formalizações e controles do *Comida* notou-se que, apesar da estrutura conversacional predominante nos boletins, intencionando a fluidez e a descontração entre os participantes, as radiotransmissões eram direcionadas e pautadas pelas matérias jornalísticas veiculadas pelo caderno impresso, apenas com falha em 18 de outubro, porque sonorizou um evento externo ao estúdio radiofônico.

Os controles foram percebidos pelas indagações que a âncora da CBN realizava, reforçando o detalhamento do conteúdo jornalístico, disposta a saber quem ou o que era o principal foco da matéria, a forma que os ouvintes teriam acesso ao transmitido ou os preços médios das iguarias de restaurantes e sua localização, como mostrou parte do programete de 9 de outubro.

Oito novas *rotisseries* abertas na cidade de São Paulo. Boletim de 09 de outubro de 2013.

Fabíola Cidral *E já estamos em contato com a repórter de Gastronomia do Caderno Comida, Marília Miragaia. Olá Marília! Bom Dia!*

Marília Miragaia *Olá Fabíola. Bom dia. Tudo bem?*

Fabíola Cidral *Tudo bom. [...] Vamos falar do que hein Marília?*

Marília Miragaia *É um assunto eu diria igualmente gostoso, apetitoso. Prático. Porque eu acho hoje em dia todo mundo adora comida gostosa. Adora comida de qualidade, mas o tempo é curto pra todo mundo não?*

Fabíola Cidral *Com certeza. E qual é o assunto?*

Marília Miragaia *No caderno comida de hoje Fabíola, a gente avaliou, a gente apresenta pro nosso leitor, pro nosso ouvinte 08 novas rotisseries que abriram na cidade nesse ano. Nós visitamos de maneira anônima todas essas rotisseries. Testamos os produtos que elas indicaram como a*

especialidade da casa. E o saldo foi bem satisfatório. Foi bem positivo.

Fabíola Cidral

Hum. O que você testou de bom hein?

Marília Miragaia

Olha Fabíola, tem muitas coisas boas. Por exemplo, tem um empório bem recente que abriu em Pinheiros chama Romã Armazém. Esse empório ele tem alguns produtos feitos, embalados num sistema a vácuo. Especialmente arrozes. Diferentes tipos de arrozes. E eles são muito práticos. O que eu experimentei era um arroz de pato que eu servi na companhia de legumes grelhados que eles mesmos oferecem lá nesse empório e é muito prático. Você coloca o saquinho em banho Maria durante 15 minutos, na própria embalagem que esse produto vem e depois serve.

Fabíola Cidral

Nossa. Que maravilha. E quanto isso? Pelo que esta aqui no jornal, por volta de 26 reais, 300 gramas mais ou menos.

Marília Miragaia

Foi o suficiente essa porção de arroz com uma porção de legumes pra duas pessoas e muito muito prático.

Ou as perguntas que Fabíola fez ao repórter Gustavo Simon no boletim de 11 de outubro: *Bom e barato. O bom e barato. É difícil fazer esse quadro lá na Folha ou não?; E eu quero saber. O que é bom e o que é barato lá? O que você experimentou?; E a comida é boa?; E o que você comeu lá?; E essa você pagou quanto? É 20 reais a pescada servida na companhia de tomate picadinho, purê de batata. 20 reais. Vale?*

Como proposto por Braga (1994, p. 303) ao indicar que para a categoria conversacional deviam-se observar os controles explícitos no transcorrer de uma conversa, e se o papel seria assumido claramente por alguém, o *Comida* pareceu aproximar-se da situação na presença da âncora da programação radiofônica, na qual ele se inseriu. Em complemento, o grau de institucionalização ficaria dependente do peso que a troca de palavras procuraria permitir ao engajamento entre os participantes da conversa entre si e com terceiros, sendo ela composta por uma “formalização explícita ou por reiteração de movimentos (por aproximação sucessiva), por meio de uma grande quantidade de trocas do mesmo tipo”. E, no que diz respeito ao controle das trocas das falas, pareceu que o *Comida* concedeu certa centralidade a Fabíola Cidral, que nos boletins claramente pleiteava a palavra com os jornalistas e colunistas especializados em gastronomia.

Os graus de intimidade foram igualmente observados, sobretudo entre Fabíola Cidral e Luiza Fecarotta, nos encerramentos e no decorrer das apresentações dos boletins, como exemplificado em 4 de outubro. Luiza Fecarotta

participa desde o primeiro *Comida* transmitido pelo rádio, em 2011, sugerindo naturalidade na aproximação dela com Fabíola. Dos 18 boletins, participou de seis, ausentando-se no mesmo período que Fabíola Cidral estava de férias (entre final de outubro e as duas primeiras semanas de novembro). Em vários episódios a intimidade parecia consolidada, pois as despedidas frequentemente diziam: “um beijo”, “sexta a gente volta a se falar aqui, né?”, “até a próxima, Fabíola, um beijo”, “saudades de você”.

Anúncio do evento sobre comida japonesa, patrocinado pelo FSP e a CBN. Boletim de 04 de outubro de 2013.

- Fabíola Cidral** *Ela já veio de quimono! O que que é isso Luiza Fecarotta? Já tá toda no clima!*
- Luiza Fecarotta** *Você tá obcecada com essa coisa de quimono. Se depender de você vamos de quimono amanhã também né?*
- Fabíola Cidral** *Eu sugeri a ela. Você não achou bacana Pascoal, a gente ir num evento de comida japonesa de quimono? Bonitinhas.*
- Luiza Fecarotta** *A caráter.*
- Fabíola Cidral** *A caráter. Sabe que quando eu fui pro Japão eu queria comprar um quimono. Meu marido não deixou!*
- Luiza Fecarotta** *Já soube que o seu marido não deixou.*
- Fabíola Cidral** *Me proibiu de comprar um quimono. Mas eu queria ir num evento. Tem tudo a ver a gente ir de quimono no evento amanhã, mas tudo pronto pra amanhã pro nosso bate papo sobre gastronomia japonesa?*

A variação do número de participantes e a possibilidade de participar revelaram a diferença nos programetes. Convencionalmente apresentados por dois integrantes, algumas vezes permitiu-se a presença de pessoas inseridas no mundo da gastronomia, como observado no boletim de 29 de novembro, que entrevistou um jornalista e um nutrólogo, e de 4 de outubro, que deu voz a um *chef* de cozinha, especialista em culinária francesa, Raphael Despirite, do restaurante Marcel, considerando mais um elemento diferenciador dos enunciados e enunciadores no *Comida*, pois os personagens se destacaram dos repórteres especialistas que frequentemente participavam.

No período de férias de Fabíola Cidral, eram dois radiojornalistas que conduziam o programa CBN SP (entre 30 de outubro e 15 de novembro). As conversas estabelecidas por no mínimo três indivíduos não permitiam a intimidade como a demonstrada nos boletins tradicionalmente compartilhados com duas

peessoas, endossando o pressuposto de Braga (1994, p.306): “O número de participantes admitidos à interação interfere diretamente na estrutura”, pois “quando se fala de uma ‘conversa a dois’, isto se refere além do número a considerações tais como ‘sinceridade’, ‘intimidade’”.

Por fim, a categoria conversacional com abordagem sobre assuntos, temas e matérias, apesar de convergir para a gastronomia, diferentemente do outro boletim analisado, no qual o foco eram primordialmente as receitas culinárias, manteve a atenção em informar as diversas possibilidades de experimentar e participar do espaço destinado ao universo *gourmet*. Conhecer como preparar um prato culinário diferenciado ou visitar um glamoroso estabelecimento para *gourmands* não foram as únicas deliberações do *Comida*. Sua atuação indicou lugares, eventos externos e entrevistas com celebridades, temas correlacionados, diferentes formas de participação e entretenimento que o contexto atual gastronômico viabiliza, mantendo grande aproximação do olhar jornalístico.

Apesar da percepção dos assuntos que seriam abordados, pelo fato de o boletim acompanhar a pauta do correlacionado caderno no jornal, existia uma passagem de um tema ao outro, por meio das associações de ideias, o que se presenciou principalmente para os assuntos conflituosos entre alimentação e proteção animal. Aproximou-se ao enquadramento proposto por José Luiz Braga (1994) como intermediário, não o classificando nem como conversas vagas, com a passagem de um assunto ao outro ao acaso das ideias surgidas na conversação, e nem tão fortemente demarcado por uma rígida determinação do que era pertinente e do que estava fora do contexto.

Os próximos passos, com o apoio das análises das categorias conversacionais, propiciaram os prováveis modos de endereçamento que o *Comida* intencionou aos seguidores.

4.4. Endereçamentos do *Comida*

Uma primeira análise observou o próprio nome do boletim gastronômico. Ao pensar na palavra comida, surgia a ideia de cotidiano, simplicidade, que pudesse ser preparado para ser saboreado, porém, foram raros os que se aproximaram genuinamente da condição. Em verdade, apenas dois deles ofereceram receituários de elaborações de drinks. Os aspectos concentravam-se nos valores monetários,

nas excentricidades de pratos servidos pelos “estabelecimentos de comer” e nos ares econômicos, sociais e culturais que a visão jornalística do produto midiático propunha, endossando o pressuposto por Ellsworth (2001): a importância dos espaços sociais e culturais no processo de um produto midiático propõe endereçamentos, reais e imaginados, aos receptores da mensagem.

No *Comida* continuamente havia indicação de um ou mais estabelecimentos físicos, com detalhes sobre o *chef* que comandava a cozinha, seu endereço, valores dos principais pratos culinários, especialidades do local ou história do restaurante, sendo raros aqueles que não esbarravam em nenhuma das proposições. Mesmo quando sonorizava assuntos polêmicos, as características estavam claramente percebidas, como no caso da proibição da iguaria francesa (o *foie gras*), discutida com um gastrônomo de um restaurante francês em São Paulo, no boletim de 4 de outubro. Aqui vale uma indagação: quem estaria atento à proibição do acepipe? Longe de marcar presença na mesa dos brasileiros, pairavam distintos ares incomodantes sobre o assunto: o aspecto ambiental e protetor dos animais. O que fez parte de pelos menos quatro boletins dos períodos analisados: 4 de outubro (polêmica de proibição de *foie gras*), 23 de outubro (comida indígena) e 27 e 29 de novembro (sobre dieta vegana).

Pistas orientaram o entendimento da discussão em torno da proibição do *foie gras* como ponto jornalístico informativo e de entretenimento para as minorias, pelo hipotético fato de a pluralidade populacional brasileira possivelmente nunca tê-lo saboreado, ou nem compreender o que é e qual o seu principal ingrediente. Porém, mais uma vez, demonstrou-se que a alimentação ultrapassou as fronteiras de costumes e de culturas dos países, como declararam Martín-Barbero e Rey (2001, p. 63), ao proporem desafios para os novos paradigmas de ensino e aprendizado na era da “tecnicidade midiática como dimensão estratégica da cultura”. Os autores completaram que as escolas deveriam abranger os processos de comunicação com mudanças capazes de,

[...] desterritorialização/recolocação das identidades, hibridações da ciência e da arte, das literaturas escritas e audiovisuais; reorganização dos saberes e do mapa de ofícios a partir dos fluxos e redes, pelos quais, hoje se mobiliza não somente a informação, como também o trabalho, o intercâmbio e coletivização de projetos, de investigações científicas e experimentações estéticas. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p.63).

Marcadamente o boletim de gastronomia da Rádio CBN procurou direcionar os ouvintes aos mais variados tópicos. Com frequência, ultrapassando as bordas do território nacional, sonorizou conflitos e laureados elementos do campo da alimentação. Além disso, as técnicas, citadas pelos autores, viabilizaram uma hibridação de informações e contextos, pois, apoiada em meios de comunicação em convergência com a tecnologia digital, os assuntos entrelaçaram rádio, jornal, internet e entrevistas.

A confluência entre gastronomia e sociologia estudada por Poulain (2013, p.18), ao indicar que a “alimentação tem uma função estruturante da organização social de um grupo humano”, pois não se limita às lógicas utilitárias ou tecnológicas reduzidas, mas permitia um moderno campo de estudos sistemáticos com possibilidades de desdobramentos, atribuiu certa correlação com os boletins. Verdadeiramente ou não, as argumentações na forma conversacional, além de claras e dinâmicas, pareceram convocar o ouvinte a participar do que seriam excentricidades e diferenciações do universo hedônico da gastronomia. Vários episódios abriram discussões sobre condições diferenciadas na apreciação de lugares e sabores, como o próprio *foie gras*, piñoles das rotisseries, pitangas negras e o mojito. O quadro intitulado bom e barato, oferecendo opções de pratos com porções preestabelecidas por valores reduzidos, estava consideravelmente distante do dia a dia do grande público.

Ou o evento preparado por grandes *chefs* nacionais, que com restos de alimentos promoveram uma festa privada e concentrada no universo aproximado do *glamour*, dando certo tom de exotismo e clara aproximação com movimentos internacionais, como relatado no próprio programete, por Gustavo Simon, no episódio de 15 de novembro:

Balada com resto de comida. É uma iniciativa do movimento *Slow Food*, Thiago, que é um movimento que está presente em 170 países, um movimento que prega o respeito à comida desde a sua produção. O respeito aos agricultores. Toda cadeia produtiva da comida, e lá na Europa eles inventaram, o braço jovem do movimento *Slow Food* criou uma balada, uma festa, que aqui foi traduzida como *Disco Xepa*.[...] Lá fora é chamado *Disco Soap*. O conceito dela é muito simples. Eles vão às feiras-livres, aos mercados, pegam tudo o que iria para o lixo, porque todo mundo sabe, né? Muita coisa de feira-livre, de supermercado, acaba indo para o lixo. O pessoal vê um machucadinho no tomate, um amassadinho na maçã, dispensa aquela fruta.

Provavelmente a posição do sujeito que ouvia o relato de aproveitamento de comida, como o que costumeiramente acontece no cotidiano, convidava-o a participar de uma condição que ao mesmo tempo em que o colocava mundializado, o situava em lugares de “práticas culinárias tradicionais”, como lugar de resistência identitária. Como relatou Polain (2013, p.32) ao ponderar sobre o tradicional reencontrando o exótico, “as tradições alimentares, na sua função emblemática, tornam-se um lugar de resistência cultural”. Por outro lado, não se distanciou facilmente da ideia de que o aproveitamento de alimentos acompanhado da consciência crítica do desperdício mostrou-se um discurso próprio ao contexto atual, e que poderia modelar condição ou modelo econômico da época.

Apesar de as reportagens permitirem distanciamento do cotidiano, não se limitaram exclusivamente à visão concentrada de uma classe social com alto poder aquisitivo; seu caráter jornalístico propôs um aproveitamento, se não das consideradas boas alternativas em gastronomia numa metrópole como São Paulo, pelo menos não distanciada do caráter informativo e de entretenimento. Não centrava-se na ideia de o ouvinte imaginar-se como *chef* de cozinha, mas apreciar e aproveitar os deleites que o campo sugestionava proporcionar.

A forma conversacional, procurando espontaneidade e coloquialidade, mantida durante todo o fio de tempo que o programa esteve no ar, ao lado do caráter questionador de Fabíola Cidral, mostraram-se marcas registradas. Apesar da observância das explicações providas dos repórteres especializados, o posicionamento da radialista não deixava de ser notável e influenciador nas enunciações. Seria a posição de sujeito investigativo e ávido pelo conhecimento, que o produto midiático procura que o ouvinte ocupe?

Igualmente, a percepção de intimidade gerando fluidez, e talvez, fazendo com que o ouvinte se sentisse numa roda de amigos, compartilhando conhecimentos sobre uma das boas coisas da vida, ou sobre as notícias polêmicas, permitiu prováveis endereçamentos dos episódios gastronômicos. A fluidez e articulação das falas de Fabíola Cidral aconteciam pelo acesso antecipado que a radialista possuía do caderno *Comida* da *FSP*, antevendo o que seria apresentado no rádio, além da relação, principalmente, com Luiza Fecarotta, que participa do boletim desde o início da sua radiotransmissão.

Ponto proeminente foram os boletins que sugeriram endereços fora do país. Um deles pronunciou a invenção de um hambúrguer à base do macarrão

instantâneo industrializado, com visibilidade em Nova Iorque, que teria passagem por São Paulo em um evento único na cidade, indicando intercâmbio entre o *chef* novaiorquino e um brasileiro. O *chef* brasileiro iria para uma das principais cidades dos Estados Unidos apresentar as iguarias nacionais (em 1º de novembro). Um segundo boletim, em 13 de novembro, indicou um lugar de sanduíches, em Nova Iorque, onde a informalidade em não ter garçons no atendimento do público possibilitava preços menores, e que um estabelecimento no Rio de Janeiro pretendia seguir as características.

A entrevista de Fabíola Cidral e Luiza Fecarotta, em 18 de outubro, com um dos principais gastrônomos, reconhecidos mundialmente, o catalão Joan Roca, em evento externo ao estúdio, elevou o "olhar" dos ouvintes para o que acontecia na gastronomia internacional. Os maiores efeitos não foram o simples e o tradicional, mas certa aproximação com a diferenciação, o elegante e de certo modo o exotismo, pois foram exemplos das degustações que as jornalistas saborearam: bombom de *grapefruit* com Campari, brioche ao vapor de trufa negra e maionese de trufa negra.

Porém, deve-se indicar a resposta que o *chef* catalão deu a Fabíola Cidral, quando perguntado sobre a melhor comida do mundo,

A melhor comida do mundo é a que tem o afeto de mãe. Não? Certeza. A todos e para todos, a melhor comida é a que tem na memória de quando se era pequeno. Eu creio que esta é a melhor do mundo.

A mundialização, ao mesmo tempo em que nivelava certas diferenças em espaços comuns com produtos transculturais, como pizza e hambúrguer, implicava simultaneamente um processo de diversificação-integração com aqueles que se mostraram opositores, para conservar "traços específicos de sua origem cultural" (POULAIN, 2013, p. 42).

Claramente ressaltado pelo boletim da cozinha regional com presença indígena, em 23 de outubro, dando o tom da inclusão brasileira em um cenário mundializado, porém sem realmente aproximar-se das maiorias, pois havia exigência de reservas, percebeu-se que as dúvidas locais dirigiram-se às globais, ao encontro do reconhecido por Martín-Barbero e Rey (2001, p. 58), que "no tempo da sociedade informacional e das redes", o local se inseria instantaneamente no global.

O espaço mundializado, que colocou o local no global, mostrou-se lugar de conflitos e disputas para Poulain (2013), pois o regionalismo da mesa tornou-se,

para o autor, espaço de resistência cultural, atribuindo à patrimonialização da alimentação um testemunho de identidade cultural.

O autor evidenciou,

A ideia de que habilidades, técnicas, produtos possam ser objetos passíveis de ser protegidos, conservados, supõe o sentimento de seu desaparecimento próximo, pelo menos o medo de seu desaparecimento. A patrimonialização do alimentar e do gastronômico emerge num contexto de transformação das práticas alimentares vividas no modo de degradação e mais amplamente do risco de perda da identidade. A história da alimentação mostrou que cada vez que identidades locais são postas em perigo, a cozinha e as maneiras à mesa são os lugares privilegiados de resistência. (POULAIN, 2013, p.35).

O *Comida*, ao demonstrar os dotes culinários de uma indígena, que ensinava os mais renomados nomes nacionais do universo *gourmet* ou ao transmitir a fala de uma referência gastronômica mundial, indicando que a melhor comida era aquela “temperada” com afeto, endossava resistências e disputas culturais e sociais globalizadas. O ouvinte, ao ser remetido para o que contemporaneamente estava sendo discutido, quem sabe, valorizaria ainda mais a comida regional ou restabeleceria o contato com aquela dita afetiva.

O programete abriu espaços para outros participantes. Forte amostragem foi o boletim sobre o veganismo (27/11/2013), que prontamente gerou urgência de resposta, em 29 de novembro, àqueles que de certa forma não se identificaram com Josimar Melo. Aderente ao caráter jornalístico, sujeitos distanciados da condição de âncoras, repórteres e colunistas, mas com envolvimento no assunto, ganharam espaço no curto tempo do programete para endossar posicionamentos no rádio.

Os dispositivos conversacionais que auxiliaram os modos de endereçamento do boletim legitimaram a organização da palavra para o ouvinte compreender em que momento entraria no ar. Marcadamente iniciado e finalizado, permanecia com a coordenação das falas entres todos os participantes. Sem tumultos, de forma esclarecedora, convocava o ouvinte para não apenas ter a indicação de saborear um prato diferenciado ou tradicional, em qualquer lugar do Brasil ou do mundo, mas situar-se com relação aos enfrentamentos e às dificuldades do mundo gastronômico e dos seus participantes, direcionando-se ao propósito de “conectar textos, sociedade, cultura e indivíduo” (ROCHA, 2010, p.8).

Em verdade, a grande maioria das radiodifusões direcionava o *Comida* ao caráter informativo jornalístico, com fluidez, animação e vivacidade, e que, ao

extrapolar o quadro físico do estúdio radiofônico com eventos externos, procurou ampliar a participação dos ouvintes. Isso foi fruto certamente da parceria com o jornal *Folha de S.Paulo*, que ao promover os acontecimentos, satisfazia a curiosidade em participar mais ativamente.

No quesito interoperabilidade do boletim com o ambiente tecnológico do seu próprio *site* e do endereço cibernético da rádio, uma primeira evidência foram as convocações dos radialistas aos ouvintes, para ampliar conhecimentos ou mesmo visualizar o que fora transmitido, pois dez dos 18 analisados encerravam costumeiramente com as seguintes afirmações: “bom, as dicas estão lá também no *site* do *Comida*, que é o www.folha.com.br/comida”, “tudo isso está lá no *Comida* de hoje ou então no *site* também www.folha.com.br/comida”, ou “para quem quiser tem mais detalhes lá no folha.com.br/comida”.

O endereço eletrônico do boletim *Comida* apresentava uma visualidade totalmente integrada ao produto radiofônico, expandindo-o, pois a heterogeneidade de textos, como imagens, som e hipertextos ampliavam a radiotransmissão. Ao entrar no *site*, o ouvinte-internauta deparava-se com as reportagens ilustradas por fotos, com possibilidades de compartilhá-las, comentá-las e reouvi-las (Figura 15). Na página principal, era possível acessar bancos de receitas, pesquisar a localização dos restaurantes, ler as últimas notícias correlacionadas, adquirir livros de receitas, ver fotos, clicar num hiperlink para o caderno *Comida* digitalizado, acessar *blogs* de diferentes colunistas, repórteres ou celebridades do mundo *gourmet*, como Marcelo Katsuki (colunista da revista *Prazeres da Mesa* e crítico de restaurantes para a revista do jornal), Nina Horta (colunista da *FSP*), Alexandra Corvo (*sommelière* profissional). O estreito universo dos profissionais comentaristas de gastronomia fez com que Alexandra Corvo participasse das principais mídias nacionais, transmitindo conhecimentos não apenas na CBN FM, mas na BandNews FM.

Figura 15 - Cabeçalho de uma reportagem do *site* do *Comida* na internet

Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/comida/>, janeiro de 2015.

A manutenção e a atualização do endereço eletrônico do *Comida* advinham de prováveis profissionais dedicados à mídia, pois o *site* pertence ao Grupo Folha, e a sincronicidade entre o sonorizado na rádio e as postagens na internet foi presenciada.

Já no *site* da Rádio CBN, os boletins gastronômicos desde o começo das radiotransmissões foram facilmente acessados em espaços a eles dedicados, reouvidos e gravados em formato *podcast*. Adicionalmente, foram compartilhados com as várias ferramentas tecnológicas, como *Twitter*, *Facebook*, *Google+*, *email* e *Código embed*. Os ouvintes-internautas comentariam qualquer programete sonorizado, com mais visibilidade para os recentemente radiotransmitidos. Os acessos aos mais antigos e aos diversos conteúdos relacionados apresentaram-se padronizadamente no mesmo *site*. Mais, o contato com os âncoras da programação radiofônica foi possível por meio de emails enviados diretamente aos profissionais, ou mensagens para a rádio no horário da programação radiofônica (Figura 16).

Figura 16 - Site do boletim *Comida* na rádio CBN FM

The screenshot shows the CBN website's 'Comida' bulletin page. At the top, there is a red header with the CBN logo and the word 'BOLETINS'. Below the header, there are navigation menus for 'COMENTARISTAS', 'BOLETINS', 'EDITORIAS', 'PROGRAMAS', 'ESPECIAIS', 'SERVIÇOS', 'BLOGS', and 'PODCAST'. The main content area is titled 'Comida' and includes a sub-header 'Quartas e sextas, às 10h50 (CBN SP)'. The page is divided into several sections: a featured article with a video player, a 'RECENTES' section with a list of recent articles, a 'Babel' language learning widget, a 'CONTEÚDO RELACIONADO' section, and a 'BUSCAR POR MÊS' section. The page also includes social media sharing options and a live broadcast control panel.

Fonte: <http://cbn.globoradio.globo.com/colunas/comida/COMIDA.htm/>, janeiro de 2015.

Percebeu-se que o imbricamento da gastronomia aos enquadramentos culturais e sociais possui amplos espaços nos boletins gastronômicos do CBN São Paulo. Falou-se e discutiu-se sobre o tema, sem obrigatoriamente orientar a elaboração de preparação gastronômica. Permitiu-se ao veículo certa competência na convocação dos aspectos multissociais e com forte interdisciplinaridade. Um meio de comunicação de massa, amparado pela convergência com a tecnologia digital e os contextos globalizados da gastronomia, procurou convocar um ouvinte aproximado dos resultados das pesquisas que a rádio tem como referência: predominância de homens, das classes A e B, de 24 a 49 anos, com escolaridade mínima de nível médio completo.

Martín-Barbero e Rey (2001), ao abordarem as transformações do ler, que no ambiente tecnológico permitia a heterogeneidade de textos em circulação, com imagens, sons e hipertextos, sem considerar como únicos e ubíquos os textos

escritos, sobretudo dos livros, e ponderando a imagística como nova forma de leitura e de aprendizado, aliada à cultura letrada para a população atual, por meio dos gêneros, linguagens, sabedorias, formatos industriais e audiovisual, consideraram que dessa maneira as maiorias na América Latina incorporaram e apropriaram-se da modernidade.

Adicionalmente, a convivência entre a oralidade e a visualidade permitiu “profundas transformações na cultura cotidiana das maiorias e, especialmente, nas novas gerações que sabem ler e cuja leitura se acha atravessada pela pluralidade de textos e escrituras que circulam hoje”. A oralidade ainda permanece como cultura primária das multidões, e a visualidade tecnológica, expressada como oralidade secundária, tecida e organizada pelas “gramáticas tecnoperceptivas” dos meios de comunicação de massa, e o rádio dentro do contexto moderno, encaixaram-se nesse cenário. Não se dirigiram ao caráter do exótico no analfabetismo dos países em desenvolvimento ou subdesenvolvidos, mas persistente de uma memória profunda e mentalidade coletiva que vieram à tona pelas bruscas transformações que a aceleração da modernização comportou (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 47).

Seriam essas as prováveis considerações à interrogação: quem o *Comida* pensa que o ouvinte é ou quer que ele seja? Pela condição tradicional dos letrados, apoiar-se-ia na linguagem aproximada dos textos impressos de um jornal de grande circulação, e pela sonoridade do boletim radiofônico estendido por imagens e hipertextos. Seria endereçado a variados públicos, ou apenas reafirmaria o diálogo com singular parcela da população?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vários foram os esforços na tentativa de demonstrar como o rádio, por meio de curtos programas radiofônicos denominados boletins ou programetes, difundia um tema como a gastronomia. Desafio ainda maior deu-se na associação entre comida, sociedade, cultura e comunicação.

A abordagem histórica e contextualizada do rádio permitiu ponto de partida para referenciar este expressivo veículo de comunicação e à alimentação, com frequência distanciada da exigência básica de sobrevivência humana e aproximada do caráter de diversão e entretenimento dos sujeitos. Sujeitos, que como explicou Simone Rocha (2010), foram erigidos socialmente e não naturalmente, pois representavam as experiências comuns dos indivíduos em sociedade.

Ao traçar características, disputas, confluências e dinamismo que a alimentação percorreu, e ainda percorre, em múltiplos espaços sociais e culturais, perceberam-se estreitamentos e distanciamentos entre as preparações alimentícias regionais frente às globais, sujeitos, cotidiano, exótico, fruição e urgência alimentar.

O rádio, em sintonia com os modernos processos abrangentes da comunicação nacional e internacional, desde os primórdios sempre recebeu posição de destaque, primeiramente como aparelho situado na residência da alta camada da sociedade brasileira, e com programação elitista, para em sua trajetória, mostrar-se como fundamental meio comunicativo (ORTRIWANO, 1995; FERRARETTO, 2001).

Ele absorveu letrados e iletrados, ao possibilitar a comunicação entre as diferentes camadas sociais pelos produtos midiáticos em circulação (MARTÍN-BARBERO, 2013), sonorizou fatos como o cotidiano dos indivíduos que deixavam o campo e tinham como destino os centros urbanos, à proposta de integração nacional atrelada à dependência mercantil, à difusão, mesmo pífia, da educação, à censura dos governos ditatoriais nas respectivas épocas, à formação de grandes conglomerados de radiodifusão sonora, às especializações das rádios, buscando pluralidade e identificação dos ouvintes. E no ápice da modernidade, discute hoje o seu processo de digitalização.

Diante das diversas possibilidades argumentativas para o momento da pesquisa, houve uma divisão que acompanhou as principais interrogações, exteriorizando sincronicidades e antagonismos entre as duas rádios, entre os dois boletins gastronômicos, e na interação deles, para responder como os textos verbais

enunciados pelos produtos midiáticos procuraram convocar uma audiência preferencial dos ouvintes, supostamente endereçando posições que os sujeitos poderiam assumir ao ouvi-los.

Em princípio, mesmo sendo orientadas para a geração exclusiva de notícias, houve diferenças entre as gramáticas radiofônicas: a BandNews FM SP, por meio da sua dinâmica, pareceu mais próxima da jovialidade, coloquialidade, informalidade e entretenimento, principalmente quando analisada sob a ótica dos boletins. Ao passo que a CBN FM SP encarnou um aspecto que pareceu mais formalizado, próximo do jornalismo informativo e prestador de serviço.

Ambas estão aptas nas radiotransmissões por *streaming* e na convergência digital, porém, quando os holofotes das técnicas do rádio direcionaram-se aos boletins de gastronomia, o *Pitadas de Gastronomia com István Wessel* não pareceu concentrar grandes esforços padronizadores. No *site* da rádio e no *blog* do gastrônomo foram comuns as divergências, com programetes presentes na *web* da BandNews FM SP sem correspondência direta com as orientações do passo a passo da receita no *blog* de Wessel, ou ainda, de forma dessincronizada, quando no *website* da rádio determinada preparação alimentícia estava disponível, e nos escritos digitais do *chef* via-se algo bem diferente. Contribuíram para o entendimento assíncrono a ausência de manutenção de um histórico dos *podcasts* dos boletins, que após período não esclarecido pela rádio não estavam mais à disposição no endereço na internet.

No *blog* do gastrônomo István Wessel, poucos recursos tecnológicos capazes de “dar cor” aos boletins radiofônicos foram observados. Os *posts* de receitas alimentícias não continham imagens, fotos, sons ou hipertextos complementares ao que foi transmitido pela rádio de notícias, com apenas um curto texto explicativo. Entretanto, permaneciam ali as várias formas de contato e o espaço para comentários dos ouvintes-internautas. Uma passagem geral pelo *blog* mostrou-o como elo com a sua “casa de carnes”, pelas possibilidades de aquisição dos produtos. Assim, apesar de trazer os detalhes de preparações gastronômicas, não simulava algo ricamente ilustrativo.

Em contrapartida, a CBN FM SP, ao difundir o *Comida* demonstrou mais atrativos visuais e facilitadores ao ambiente tecnológico convergente e apoiador para os programetes, possibilitando talvez mais aderência, autonomia e entendimento do ouvinte-internauta. No *site* da rádio, o espaço destinado a eles, deixava-os à

disposição desde o começo da radiotransmissão em 2011, sem demonstrar falhas nos episódios divulgados.

Para acesso aos mais antigos, uma ferramenta de busca por mês podia ser usada. O último mantinha lugar de destaque, no canto superior esquerdo no *website*, com todas as viabilidades de compartilhamento permitidas pelas ferramentas digitais mais utilizadas hoje em dia (Twitter, Facebook, Google+, E-mail, Código Embed), além de manter ao lado aqueles radiotransmitidos mais recentemente e um canal de comunicação para comentários ou envio de e-mails direcionados aos radialistas.

Era possível acessar notícias com conteúdo relacionado aos programas, assim como, para toda a programação radiofônica nas praças de São Paulo e Rio de Janeiro, no momento que o *Comida* estava sendo sonorizado, existia a possibilidade de ver em tempo real âncoras e jornalistas especializados em gastronomia apresentando os boletins. A gravação, em formato *podcast*, estava facilitada, ao alcance daqueles que pretendiam ouvi-los em outro momento do dia ou por outro dispositivo digital.

No *website* do boletim/caderno impresso *Comida*, a visualidade determinou singularidade para o programete. Mantido pelo impresso *Folha de S.Paulo*, pois como anunciado, é parceria entre o jornal, que veicula um caderno semanal com o mesmo título, e a Rádio CBN, possui diversos atrativos visuais, como uma infinidade de fotos, imagens, textos, hipertextos e vídeos apoiando as sonorizações.

Além disso, outras atrações desvinculadas do produto radiofônico estavam à disposição, como novas reportagens ou desdobramentos do boletim, banco de receitas, venda de livros, últimos áudios da Rádio CBN FM SP, seção com *blogs* e colunistas que escrevem sobre o tema, ferramenta de busca de endereços de restaurantes, uma grande variedade de textos para aqueles que acompanhavam o referenciado boletim quanto para os que não o ouviam, pois pareceu factível que o espaço na internet poderia ser utilizado não apenas como extensivo do programete, mas mídia independente. O *website* do *Comida* aproximou-se do conceito de jornalismo de serviço e entretenimento do jornal.

Apesar de discutir sobre a televisão, Martín-Barbero e Rey (2001) foram categóricos ao reivindicar a permanência da cultura oral e da audiovisual como aquelas que se propõem a uma segunda alfabetização, sem desconsiderar a importância dos livros para a cultura letrada, porém desmontando a pretensão como

cultura única e digna, para as massas se abrirem às múltiplas escrituras, incorporando o audiovisual e a tecnologia.

A afirmação permitiu encaminhamentos ao ambiente tecnológico no qual os boletins gastronômicos adentraram. Com obviedade, apesar de apresentarem técnicas diferenciadas, foi inegável evidenciar que ambas as rádios analisadas procuraram estender as enunciações radiofônicas, sobretudo com capacidade de autonomia e utilização dos *websites* talvez como mídias independentes. Os observáveis modos de endereçamentos procuraram destinar aderência do provável público ouvinte dos programetes, mas foi mister identificar que havia urgência de expertise para aproveitá-la em sua integridade.

A situação foi discutida pelos autores,

[...] o protagonismo das tecnologias - antes chamadas *meios* - é cada vez maior. [...] A fascinação tecnológica, aliada ao realismo do inevitável, produz densos e desconcertantes paradoxos: a convivência da opulência comunicacional com debilidade do público, a maior disponibilidade de informação com a deterioração palpável da educação formal, a explosão contínua de imagens com o empobrecimento da experiência, a multiplicação infinita dos signos em uma sociedade que padece do maior déficit simbólico. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 31).

Direcionando-se aos conteúdos dos boletins, o *Pitadas de Gastronomía* tem como protagonista o gastrônomo e churrasqueiro István Wessel, que procurou endereçar a audiência instruindo receitas gastronômicas com inegáveis “pitadas” de requinte. Mesmo aproximado da cozinha mundializada na elaboração das preparações radioanunciadas, afinal, seus episódios revelaram elementos de várias partes do mundo e com certa distância do dia-a-dia dos ouvintes, não deixou de referenciar o cotidiano ao procurar, por meio dos seus ensinamentos culinários, dentro de uma estrutura conversacional e com falas coloquiais, incentivar a reunião familiar e com os amigos, a simplificação das receitas com ingredientes comuns, comemoração de datas festivas e exibição de particularidades da vida. Além de se preocupar com a parte mais técnica da preparação da receita, indicando os utensílios adequados, tempo de cozimento, forma de corte e em que posição deve ser empunhada uma faca, entre outros feitos.

Com autoridade no campo do preparo de carnes, ele presentificou uma pessoa que com credibilidade tentou repassar os conhecimentos. A aproximação com o modo de diversão e entretenimento atestado pelos modernos movimentos gastronômicos foi notável e pareceu factível a esse produto midiático. Procurou

endereçar os sujeitos que provavelmente queriam concretizar (ou apenas ouvir?) as preparações gastronômicas orientadas pelo *chef*.

Porém, não deixou de ser intrigante a questão deste boletim também conter certas evidências orientadas ao ramo de negócios do gastrônomo. Com uma famosa casa de carnes em um bairro nobre da cidade paulistana, Wessel concentrou a maioria das suas preparações culinárias tendo-as como base.

Em sua ausência (dos 16 boletins analisados, em seis o *chef* estava afastado) e nos feriados, os programetes foram reprisados, além da comentada deficiência de sincronicidade com o radiotransmitido e os registros no *blog*. Ao solicitar que os ouvintes acessassem o *site* para mais esclarecimentos sobre a receita que estava ensinando, não indicava claramente o endereço cibernético do *blog* ou rádio. Os ouvintes poderiam se deparar com boletins que não foram os últimos sonorizados pelo gastrônomo ou falhas nas gravações em formato *podcast*.

Wessel, como elemento central do *Pitadas de Gastronomia*, ao transferir conhecimentos, talvez estivesse procurando direcionar o ouvinte a imitá-lo e talvez fazê-lo conferir as “recompensas” e os elogios que recebia. Aspecto que vai ao encontro do apregoado por Helena Jacob (2013), indicando que a gastronomia, nos últimos anos, manifestou-se como assunto de interesse de donas de casa aos *chefs* de cozinha, além da homogeneização das preparações alimentícias a partir da penetração das mídias. O que endossou a possibilidade de uma reprodução igualitária no espaço de cozinhar de qualquer pessoa, pela facilidade de acesso e manipulação dos aparelhos eletrodomésticos, que simplificaram e padronizaram as tarefas mais árduas do cozer.

Uma observação sobre a condição romanceada das preparações alimentares acredita-se ser pertinente. À gastronomia atribui-se certa atmosfera de extremo prazer e diversão, porém, o dia a dia, para as tarefas, pode demonstrar-se fatigante e pouco estimulante.

Caminhos diferentes foram verificados no boletim *Comida*. Apesar de convergir com o *Pitadas de Gastronomia com István Wessel*, com artifícios como assuntos gastronômicos aproximados da diversão e do entretenimento, dentro de um formato conversacional que buscava a espontaneidade, coloquialidade dos textos verbais, direcionamento das falas aos supostos ouvintes, aos aparatos tecnológicos extensivos à programação radiofônica, às aproximações com os movimentos globalizados da arte de comer e metodologicamente analisados e

apoiados pelos conceitos dos modos de endereçamento (ELLSWORTH, 2001; ROCHA, 2010; GOMES, 2011) e pelas categorias conversacionais (BRAGA, 1994), o *Comida* procurou endereçar aqueles que buscavam reportagens sobre inúmeros assuntos.

Foram pautados valores excessivos dos impostos dos bares e restaurantes, crescimento do consumo de alguns tipos de alimentos, proibições e permissões alimentares que esbarravam em aspectos protetores dos animais e do meio ambiente, alimentos indígenas e regionais, ganhando visibilidade mercadológica, preços exorbitantes frente à possibilidade acessível economicamente de outros, conscientização com o desperdício, mistura entre os povos que mantêm tradições de guerra nos âmbitos econômicos, sociais e políticos, mas que poderiam conciliar-se nas horas das refeições, supostas enganações que a indústria alimentícia poderia induzir seus consumidores e, portanto, a urgência de atenção aos rótulos, de forma que foi impossível desvinculá-los do caráter jornalístico informativo e prestador de serviços, que levou em conta dados e informações que participam e se relacionam com a gastronomia. O *Comida* é um boletim informativo e prestador de serviço sobre o tema.

O efeito provavelmente adveio da origem no jornalismo impresso, que como observado, pautou a maioria dos boletins radiotransmitidos. Desvinculá-los não foi aspecto real. Outro provável fator de contribuição foi nenhum dos convencionais personagens participantes do programa ser ou atuar como gastrônomo. A formação é de repórteres especializados no segmento. Diferentemente de Wessel, *chef* de cozinha e participante do metiê da gastronomia, o boletim *Comida* propôs uma visão crítica sobre ela, orientando os ouvintes a respeito do que é bom, o que está em alta, o que está na moda, onde frequentar, o que é diferente ou exótico, sendo inegável o direcionamento aproximado dos movimentos da gastronomia mundial.

Os eventos de caráter externo, retirando os jornalistas especializados e a radialista Fabíola Cidral do espaço físico do estúdio, claramente divulgados e patrocinados pelo jornal FSP, permitiram diferenciais para o produto midiático. A parceria entre o boletim radiofônico e o impresso manifestou-se por todo o tempo, desde a vinheta de abertura do boletim, que anunciava “Comida, uma parceria CBN e Folha de São Paulo”, até as falas finais dos âncoras, continuamente indicando o *site* do *Comida* para acesso e ampliação do sonorizado.

Por fim, o *Comida* deu voz aos sujeitos que se envolveram, direta ou indiretamente, com os assuntos difundidos pelo rádio, como aqueles que verbalizaram as opiniões de um *chef* de cozinha de um restaurante francês, um crítico de gastronomia do caderno *Comida*, um repórter que segue um modo de alimentação vegano e um nutrólogo, categorizando ainda mais o seu viés jornalístico.

E com o exposto, como responder à indagação: onde se entrecruzam os universos do rádio e da gastronomia, sobretudo na contemporaneidade?

As trajetórias do rádio e da gastronomia enveredaram pelos processos culturais e sociais no Brasil, acompanhando o que acontecia e acontece no mundo, aproximando-se dos contextos em ambos os cenários. O expressivo veículo de comunicação, como frisaram Martín-Barbero e Rey (2001), ritmou a jornada doméstica, sonorizando a rotina do cotidiano. Como importante agente da “cultura-mundo”, seguiu por vias que procuravam inserir o modo de vida da população em sua programação.

Não é estranho, portanto, que por ele a gastronomia se faça presente, pois se abriram espaços às disputas concentradas no acesso por meio de eventos de rua, feiras gastronômicas e participação de estabelecimentos em acontecimentos festivos, como comemorações urbanas, entrelaçamentos das cozinhas mundiais e falas que direcionavam uma cotidianidade. Contudo, mesmo não comportando todas as características elitistas da concepção e com visíveis ações e possibilidades de compartilhamento da arte de comer bem, a forma como os boletins de gastronomia analisados enxergaram o tema ainda demonstrou certo distanciamento das maiorias.

Nos pratos culinários assinados pelo gastrônomo e churrasqueiro Wessel, e nas reportagens do mundo gastronômico, os textos verbais convocaram uma audiência preferencial daqueles que ao ouvirem as enunciações do produto midiático, supostamente assumiam a posição de sujeitos interessados na comunicabilidade da alimentação, colocando-os talvez como candidatos a chefes de cozinha ou indivíduos curiosos na visitação de lugares e/ou experimentação de sabores diferentes, acompanhados por uma bagagem informativa de acontecimentos correlacionados, e com provável direcionamento para um público restrito.

A afirmação apresentada na introdução do segundo capítulo adequou-se aqui quando explicou que a exploração da mídia e dos boletins gastronômicos das rádios

de notícias mostrou-se como fonte analítica cultural e comunicacional do enlace entre pessoas e alimentos, e que o prazer da alimentação, dentro dos modelos gastronômicos, atestou um modo de vida com definições sociais próprias, aproximando-se da diversão e entretenimento. Porém, mesmo com reconhecida e inegável penetração, a visão da gastronomia pelos “olhos” dos programetes ainda terá que modular-se para adentrar e endereçar as maiorias nacionais, como as pessoas de faixas etárias ou classes sociais diferentes. Talvez o público feminino, presentificado pela dona de casa e aqueles com diferentes ou ausentes noções da culinária ou gastronomia.

Ao mesmo tempo, o rádio quando apoiado pela visualidade e pelas técnicas contemporâneas, mostrou-se capaz de dar conta do proposto, e que obviamente, pelo caráter inovador e desafiante, vários desdobramentos certamente permitirão expressividade para discuti-lo no entrelaçamento entre comida, sociedade, cultura e comunicação.

Finalmente, o encerramento do estudo, com diversas discussões interdisciplinares, envolvendo delimitados contextos históricos, sociais, culturais e comunicacionais, deixou uma orientação aos leitores e prováveis curiosos em ouvir os programetes: “experimentem” as falas oferecidas pelos *menus* dos boletins *Comida e Pitadas de Gastronomia com István Wessel*, identificando se verdadeiramente pensam quem você é ou querem que você seja. E a segunda, ao meio acadêmico, que com a continuidade e aprofundamento das dúvidas levantadas, alcancem outras arguições, que desnudariam as imbricadas relações entre alimento, sociedade, cultura e comunicação.

REFERÊNCIAS

ABERT. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO. **História do Rádio no Brasil**. 2012. Disponível em: <<http://www.abert.org.br>>. Acesso em: 01 nov. 2013.

ALBUQUERQUE, Maria Elisa Vercesi. **Cronologia das Artes em São Paulo 1975-1995**: comunicação de massa - rádio e televisão/Divisão de Pesquisas. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 1996. p.19.

ALFARO, R. Maria. **Modelos radiales y proceso de popularización de la radio**. Lima: Contratexto, n. 1, 1985. p.45-74.

ALGRANTI, Márcia. **Pequeno dicionário da gula**. Rio de Janeiro: Record, 2000. p.252.

ARAÚJO, Valéria Maria Sampaio Vilas Bôas. **Outras notícias virão logo mais: a construção da serialidade nos telejornais diários da TV Globo**. Bahia, Salvador. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação), Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2012.

BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005, v. 1, p.327-336.

_____. O desafio da ancoragem. In: TAVARES, Mariza; FARIA, Giovanni (Orgs.). **CBN, a rádio que toca notícia**: a história da rede e as principais coberturas, estilo e linguagem do *all news*, jornalismo político, econômico e esportivo, a construção da marca, o modelo de negócios. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.

BARONCELLI, Wilson. **Rede BandNews FM inaugura emissora em Brasília**. Observatório da Imprensa. 2007. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=438ASP010>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

BOURDIEU, Pierre. **Gostos de classe e estilos de vida**. Reproduzido de BOURDIEU, P. e SAINT-MARTIN, M. *Goffts de classe et styles de vie*. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n. 5, out. 1976, p.18-43. Traduzido por Paula Montero.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da Comunicação. **Verso e Reverso**, Rio Grande do Sul, v. 15, n. 58, jan.-abr. 2011. p.62-77.

_____. Sobre a conversação. In: FAUSTO NETO, Antonio; BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **Brasil Comunicação, cultura & política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994. p.289-308.

BRAIT, Paula Malatian. **A gastronomia como bem simbólico e fator de distinção: uma análise do caderno *Paladar*, do jornal *O Estado de S.Paulo***. Bauru, SP. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática), Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP, 2010.

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

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. São Paulo: Global Editora, 2011.

CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DA FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. **Revolução de 30: Seminário Internacional**. Brasília: Universidade de Brasília, 1983. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao_intelectual/arq/148.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2014.

CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano: 2. morar, cozinhar**. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer**. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

CHIACHIRI FILHO, Antonio Roberto. **O sabor das imagens**. São Paulo, SP. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica - PUC, 2008.

COSTA, Ana Beatriz Bueno Ferraz. **Revista *Gula*: a formação do gosto na construção discursiva**. São Paulo, SP. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica - PUC, 2009.

COUTO, Cristiana Loureiro de Mendonça. **Alimentação no Brasil independente e suas conexões com as teorias químico-médicas da França e de Portugal**. SBHC - Sociedade Brasileira de História da Ciência. 13º Seminário Nacional de História da Ciência e da Tecnologia. São Paulo, USP. De 03 a 06 de setembro de 2012.

CRESWELL, John W.. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. p.206-237.

DEL BIANCO, Nélia R.. Rádio e o cenário da convergência tecnológica. In: DEL BIANCO, Nélia (Org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: INTERCOM, 2012. vol.5, p.16-37.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, v. 1, 2011.

ELLSWORTH, Elisabeth. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). **Nunca fomos humanos: nos rastros do sujeito**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p.7-76.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

_____. **Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21**. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, SP. De 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0046-1.pdf>>. Acesso em: 01 jul. 2014.

_____. Roquette-Pinto e o ensino pelo rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, v. 2, 2008. p.27-35.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e convergência: uma abordagem política da comunicação**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 17, n. 3, set/dez. 2010. p.173-180.

FLANDRIN, Jean-Louis. A humanização das condutas alimentares. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998a. p.26-35.

_____. Os tempos modernos. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998b. p.532-559.

_____. Da dietética à gastronomia, ou a liberação da gula. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998c. p.667-688.

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

FREIXAS, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.

FREYRE, Gilberto. **Casa-Grande & Senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. Rio de Janeiro: Record, 1997a.

_____. **Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do Nordeste do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997b.

GIARD, Luce. Cozinhar. In: CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano: 2. morar,cozinhar. 3. ed**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996. p.209-332.

GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e Recepção:** a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os *media*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004a.

GOMES, Itania Maria Mota. Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modo de endereçamento no telejornalismo show. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 25, dez. 2004b.

GOMES, Itania Maria Mota. Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão. **V Encontro dos Núcleos de Pesquisa INTERCOM**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/74277217742772103772621605140235486090.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2014.

GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Revista e-compos)**, n. 8, abr. 2007.

GOMES, Itania M. M. Metodologia de Análise de Telejornalismo. In: GOMES, Itania M. M. (Org.). **Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011. p.17-47.

HAUSSEN, Doris Fagundes. Rádio Brasileiro: uma história de cultura, política e integração. In: BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN-NETO, Angelo Pedro; BENETON, Rosana (Org.). **Rádio - sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004. p.51-62.

HERREROS, Mariano Cebrián. A criatividade no contexto do rádio atual. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, v. 2, 2008. p.337-348.

_____. La radio en el entorno de las multiplataformas de comunicaciones. **Rádio-Leituras**, n. 2, jul.-dez. 2011. Disponível em: <<http://radioleituras.wordpress.com>>. Acesso em: 09 mai. 2014.

JACOB, Helena Maria Afonso. **Comer com os olhos:** estudo das imagens da cozinha brasileira a partir da revista *Claudia Cozinha*. São Paulo, SP. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica - PUC, 2006.

_____. **Gastronomia, culinária e TV: um estudo do programa *Que Maravilha***. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, RS. De 2 a 6 de setembro de 2010.

_____. **A gastronomia como linguagem da cultura e a construção de ambientes midiáticos.** INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, CE. De 3 a 7 de setembro de 2012.

_____. **Gastronomia, culinária e mídia:** estudo dos ambientes midiáticos e das linguagens da comida e da cozinha. São Paulo, SP. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica - PUC, 2013.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda:** convergência digital e novos desafios na radiodifusão. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

LEMPS, Alain Huetz de. As bebidas coloniais e a rápida expansão do açúcar. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação.** São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.611-624.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Mitológicas I - O cru e o cozido**, tr. Beatriz Perrone-Moisés. Rio de Janeiro: Cosac e Naify, 2004.

LOPES, Nadini de Almeida. Radiorreportagem: o gênero do século XXI. In: MENEZES, José Eugenio de O.; CARDOSO, Marcelo (orgs.). **Comunicação e cultura de ouvir.** São Paulo: Plêiade, 2012. p.403-429.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático:** tendências e perspectivas do jornalismo de rádio *all news* brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Salvador, BA. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas), Faculdade de Comunicação - UFBA, 2009.

MARANGONI, Nivaldo. **Programação jornalística vinte e quatro horas por dia:** o pioneirismo da CBN - Central Brasileira de Notícias. 1999. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/46dabbee89f6c788909315cf3a621ae9.PDF>>. Acesso em: 03 jul. 2014.

MARINHO, José Roberto. Rádio como Exercício de Cidadania. In: TAVARES, Mariza; FARIA, Giovanni (Orgs.). **CBN, a rádio que toca notícia:** a história da rede e as principais coberturas, estilo e linguagem do *all news*, jornalismo político, econômico e esportivo, a construção da marca, o modelo de negócios. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os exercícios do ver:** hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: SENAC, 2001.

_____. **Ofício de cartógrafo:** travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. 7. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

MARTINS, Nair Prata Moreira. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Belo Horizonte, MG. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada), Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, 2008.

MAZZINI, Innocenzo. A alimentação e a medicina no mundo antigo. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.254-265.

MEDITSCH, Eduardo. **O radio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular, 2001.

MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, v. 2, 2008.

MESTRE, Josep Bernabeu; LOPEZ, Eva Trescastro; SANCHEZ, María Eugenia Galiana. La divulgación radiofónica de la alimentación y la higiene infantil en la España de la Segunda República (1933-1935). **Salud colectiva**, Buenos Aires, v. 7, oct. 2011.

MONTANARI, Massimo. Sistemas alimentares e modelos de civilização. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.108-120.

_____. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008.

MORIN, Edgar. **O enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O Rádio na Era da Convergência das Mídias**. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2012.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

_____. **Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história**. Revista USP, São Paulo, n. 56, dez/fev. 2002-2003. p.66-85.

PAULA, Julio. No ar - online: reflexões sobre o rádio em tempos de convergência de mídias. In: MENEZES, José Eugenio de O.; CARDOSO, Marcelo (Org.). **Comunicação e cultura do ouvir**. São Paulo: Plêiade, 2012. p.475-493.

PERLÈS, Catherine. As estratégias alimentares nos tempos pré-históricos. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.36-53.

PITTE, Jean-Robert. Nascimento e expansão dos restaurantes. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.751-762.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2013.

PRADO, Magaly. **Produção de rádio**: um manual prático. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PRATA, Nair. Webradio: novos gêneros, novas formas de interação. **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio Grande do Norte: INTERCOM, 2-6 set. 2008.

_____. Novos modelos de negócios radiofônicos: uma análise das estratégias mercadológicas na webradio. In: DEL BIANCO, Nélia R. (Org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. São Paulo: INTERCOM, v. 5, 2012. p.225-255.

RIERA-MELIS, Antoni. Sociedade feudal e alimentação (séculos XII-XIII). In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.387-408.

RITZER, George. **The McDonaldization of society**. Journal of American Culture, v.6. n. 1, 1983. p.100-107.

ROCHA, Simone Maria. Entre a ideologia, a hegemonia e a resistência: dos modos de endereçamento como um diálogo entre a produção e a audiência de produtos audiovisuais. In: **Encontro Anual COMPÓS**, 19., 8-11 jun., 2010, Rio de Janeiro: PUC-RIO. Disponível em: < <http://compos.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 01 mai. 2014.

RODRIGUES, Jaime; VASCONCELLOS, Maria da Penha Costa. A guerra e as laranjas: uma palestra radiofônica sobre o valor alimentício das frutas nacionais (1940). **História Ciências Saúde - Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 4, dez. 2007.

SAMPAIO, Walter. Teoria e prática do jornalismo no rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci (Org.). **Teorias do Rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, v. 2, 2008. p.337-348.

SANTO NETO, Sinval do Espírito. **Gastronomíia**: a midiatização da gastronomia na contemporaneidade. Belo Horizonte, MG. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Pontifícia Universidade Católica - PUC, Minas Gerais, 2009.

SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. **A Alimentação e seu lugar na História: os tempos da memória gustativa**. História: Questões & Debates. Curitiba: Editora UFPR, n. 42, 2005. p.11-31.

SAVARIN, Brillat. **A fisiologia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SILVA, Fernanda Mauricio. **A conversação como estratégia de construção de programas jornalísticos televisivos**. Salvador, BA. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação), Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2010.

GLOSSÁRIO

BLOG(s): páginas da internet que contém diversos conteúdos publicados, como textos, imagens, músicas ou vídeos, com dedicação para assuntos específicos ou de caráter geral.

CÓDIGO EMBED: utilizado para inserir um arquivo sonoro numa página HTML (Hypertext Markup Language, ou em português, Linguagem de Marcação de Hipertexto). Ele permite que o arquivo seja ouvido pelos usuários da internet, em um navegador de páginas.

FACEBOOK: fundado em 2004 é uma rede de compartilhamento de dados mundial, que conecta amigos e familiares ao redor do mundo.

GOOGLE+: rede social criada e mantida pela empresa Google Inc, possibilitando trocas de mensagens e de arquivos entre os usuários.

PLAYLIST: termo inglês, utilizado no ambiente de rádio, para indicar uma lista de canções, tocadas sequencial ou aleatoriamente.

PODCAST: "nomenclatura dada à publicação em série de conteúdos em mídia digital na internet, em especial conteúdos sonoros semelhantes aos formatos radiofônicos. Por intermédio de um *feed* RSS, o ouvinte pode acompanhar a atualização e o download automático de arquivos. Uma vez no computador, o *podcast* pode ser transferido para qualquer tocador de áudio" (PAULA, 2012, p.482).

FEED RSS RICH SITE SUMMARY (RSS 1.0) ou REALLY SIMPLE SYNDICATION (RSS 2.0): formatos de distribuição de conteúdos presentes em páginas na internet, facilitando a atualização deles em algum leitor que receba este formato. Em resumo, não há necessidade de acessar o portal que contém a informação, ela ficará automaticamente atualizada neste leitor.

STREAMING: prática que transmite a programação de áudio ou de vídeo, continuamente, por meio da internet.

TWITTER: rede social mundial para gerar e compartilhar ideias e informações de forma instantânea.

WHATSAPP: aplicativo que permite troca de mensagens e de imagens pelo celular.

YOUTUBE: *site* que permite que usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital.

ANEXOS

01. Boletim de 02 de outubro de 2013 (István Wessel ao vivo).

<i>Pitadas de Gastronomia com István Wessel</i> BandNews FM SP	
(TV) Tatiana Vasconcelos (PC) Paulo Cabral (IW) István Wessel	
TV	Bom dia Wessel!
IW	Bom dia Tatiana!
PC	Bom dia Wessel!
IW	Tenho uma perguntinha para vocês dois:
TV	Oba. Fala!
IW	Vocês não vão ficar convencidos agora, né?
TV	Ah depende.
IW	Ganhando pela sexta vez o prêmio de melhor emissora da FM.
TV	Ah tá. Tá todo mundo muito orgulhoso aqui na redação, viu.
IW	Orgulhoso tudo bem. Agora convencido, pelo amor de Deus.
TV	Não, convencido jamais.
PC	Ah um pouquinho.
TV	A gente fica feliz, mas sempre olha pra frente e acha que tem mais coisa para aprender.
IW	Então parabéns pra vocês e toda a turma aí, viu!
TV	Parabéns pra todos nós.
TV	Wessel! Wessel hoje vai falar de um dos meus pratos preferidos. Que é simples, mas tem alguns segredos que eu sei: bife à milanesa.
IW	Olha Tatiana. Anteontem me ligou um amigo. E ele faz parte do clube Amigos de Babete. Que eu e outros quatro, folgados, fundamos em 1989, que era um grupo de homens, que era não, que é um grupo de homens que se encontra quinzenalmente para cozinhar. E o Marcio é um craque na cozinha, mas na hora que ele vai fazer um prato para o pessoal do Babete, ele sempre quer tirar um duvidazinha. E neste caso foi o bife à milanesa. Que eu achei que se ele teve dúvidas, muita gente pode ter.
TV	Hum.
IW	Daí ele ia fazer, ele escalou uma costela de vitela. Aquela grandona à milanesa.
TV	Hum.
	Que é delicioso, quando fica bem crocante. Então, obviamente a gente tem que dar uma batidinha na carne, com a parte lisa do martelo. Nunca com aquela parte cheia de, de, de protuberância, que te dá uma cortada nas fibras. Só uma achatadinha. Tempera com sal e pimenta. E aí faz aquela clássica do: passa na farinha de trigo, no ovo e na farinha de rosca. Bom, onde é que tem o grande segredo disso, é a farinha de rosca. A farinha de rosca o melhor pra fazer é: você comprar um pão italiano, cortar em fatias mais ou menos grossas, coloca no forno para dar uma torradinha. Aí você

<i>Pitadas de Gastronomia com István Wessel</i> BandNews FM SP	
(TV) Tatiana Vasconcelos (PC) Paulo Cabral (IW) István Wessel	
	<p>pega estas fatias de pão italiano, coloca no liquidificador, obviamente a seco, e dá uma ou duas pulsadas, para ele ficar, não pó. Não aquela farinha de rosca que você compra com pó. Parece um talco. Que fique realmente um pouco mais pedaçudo. Então, isso é o primeiro. Deixar a farinha de rosca mais pedaçada.</p> <p>E a segunda, é dar uma temperada na farinha de rosca. Então, na farinha de rosca, se você misturar também um pouco de sal e um pouco de pimenta, ele vai ficar muito mais gostoso. É um sabor que normalmente é um sabor neutro, ele passa ter um sabor próprio. É muito gostoso.</p> <p>E, obviamente, na hora de fritar, não tem nada melhor que uma boa manteiga. Então, frita na manteiga de um lado e do outro. Quando acabou de ficar bem aquela casquinha, bem douradinha. Você faz uma coisa, que não pode contar pra ninguém! Nem para os médicos principalmente, vão execrar esta informação, viu. Pega um pouco daquela manteiga e joga por cima na hora de servir, derretida. Fica maravilhoso!</p>
TV	Minha nossa senhora! Que fome, Wessel do céu!
PC	Hum. Mas não dá para não pensar no colesterol, Wessel. Difícil, viu!
TV	(risos altos)... mas aí você não tem se no dia seguinte...
IW	Não, mas oh Paulo, isso é um problema que eu terceirizei.
TV	Ah boa... Wessel eu tenho uma tática.
IW	É, eu tenho um médico para cuidar disso. Eu pago ele para isso.
PC	Perfeito!! (risos)
TV	Isso! É verdade. Eu tenho uma tática. É assim, abusou no almoço, faz uma economiazinha no jantar. Tá tudo bem.
IW	Esse é o melhor jeito Tati.
TV	Né, equilibra? Até amanhã, Wessel.
IW	Tchau. Até amanhã.
PC	Até amanhã.

02. Boletim de 30 de outubro de 2013 (Gravação de István Wessel).

<i>Pitadas de Gastronomia com István Wessel</i> BandNews FM SP	
(PC) Paulo Cabral (IW) István Wessel	
PC	Wessel tá de férias. Vida boa, mas ele deixou estas pitadas aqui pra gente. Wessel está étnico hoje. Cubos de cordeiro marinados a moda armênia. Vamos lá para a Armênia, Wessel?
IW	<p>Ah, então isso aqui nós podíamos fazer com paleta ou com pernil de cordeiro. Cordeiro, perna dianteira ou traseira, cortada em cubos grandes. Nós vamos misturar no liquidificador o seguinte: suco de 03 limões, 100 ml de vinho branco, 100 ml de azeite, 02 colheres de sopa de hortelã fresca e 02 dentes de alho picado, sal e pimenta do reino. Aí bate isso tudo, e deixa ele marinando, estes pedaços grandes de carne de cordeiro dentro deste molho. Junta também a este molho de liquidificador, mas em pedaços, uma cebola picada, você mistura deixa 01 hora fora da geladeira, com este molho todo, pegando o sabor.</p> <p>Muito bem, quando a carne estiver já bem... você vê pela cor que ela já pegou bem o molho, 01 hora, 01 hora e pouco fora da geladeira. Aí você vai colocar numa grelha ou numa frigideira, se você tiver uma grelha também fica muito gostoso. Grelha a carne em todos os lados ou frita a carne em todos os lados. Sem o molho, obviamente, até deixar ele bem, bem douradinho.</p> <p>Quando ficou bem tostado por fora e rosado por dentro, a gente tira do calor, deixa descansar alguns minutos, corta em fatias, e serve acompanhado de uma coisa muito gostosa, muito pouco comum entre nós, que é o arroz branco misturado com alecrim fresco picado. Fica muito bonito, saboroso, e este arroz com perfume de alecrim combina super bem com o cordeiro.</p>

03. Boletim de 29 de novembro de 2013 (István Wessel ao vivo).

<i>Pitadas de Gastronomia com István Wessel</i> BandNews FM SP	
(NP) Neli Pereira (IW) István Wessel	
NP	Mantendo a tradição das nossas pitadas de gastronomia, István Wessel, sexta-feira, vai falar de churrasco. E vai falar de churrasco de cordeiro. Wessel tenho a impressão de quem faz churrasco de cordeiro, deve ter a mesma dúvida de quem faz churrasco com carne de porco. Não sei. Mas que é. Como é que faz para pegar o tempero? E como é que faz para não ficar seco?
IW	Oh Neli, você lembra daquele tempo que você não gostava de cordeiro?
NP	(Inteligível)... tem uma figura ilustre chamada Istvan Wessel, que me fez mudar de ideia (risos).
IW	Neli, olha...
NP	Comi cordeiro na Nova Zelândia, inclusive.
IW	<p>Exatamente. Olha Neli, o cordeiro, queria falar hoje especificamente do carré de cordeiro, até porque um ouvinte nosso me pediu justamente hoje pela manhã, uma receita pra fazer isso na churrasqueira. E é uma carne hiper delicada, muito apreciada. Eu costumo brincar dizendo que são 08 ossinhos disputados pelo mundo inteiro.</p> <p>Carré de cordeiro, realmente são 08 ossinhos que normalmente, ele deve ser assado inteiro. Ele é pequenininho. Pesa mais ou menos 400 gramas, cada pedaço com 08 ossinhos. Separar osso a osso, é vai acabar secando mais a carne. Então como tudo, todo processo de grelhar, demora uns 20 minutos no máximo, então não tem porque cortar. Depois de assado, você cortar entre os ossos e fica muito mais gostoso. Muito mais suculento. E você vê aquele rosado bonito dentro, que faz toda a diferença para o, aquele (inteligível)... para aquele gostinho que a gente tem quando olha as coisas bonitas, né?</p> <p>Então, o tempero pro, pro (sic) cordeiro é o seguinte: você pode fazer um sal temperado. Um sal condimentado. Então, digamos você pega 02 colheres de sopa de sal grosso, e mistura com ele 02 colheres de sobremesa de alecrim picado e 01 colher de sobremesa de alho picado, e aí você pode colocar também agora, na colher, 01 colher de cafézinho de pimenta dedo-de-moça picada. Então, um pouco de pimenta, um pouco mais de alho, um pouco mais de alecrim e o dobro disso de, mais ou menos, de sal. Mistura isso tudo, e esta mistura você gruda bem, você pode temperar bem do lado da gordura, porque a gordura já impede um pouco a penetração do tempero. Então, botando bastante tempero do lado da gordura, não vai exagerar no sal de jeito nenhum, até porque, não vai ter tempo pra isso.</p> <p>No lado da carne, que fica lá entre os ossinhos, vai com um pouco mais de cuidado e um pouco mais de jeito. Não exagera na quantidade para não salgar demais a carne. Próximo passo, proteger as pontas dos ossos. Você põe uma folha de alumínio de comprido, dobra e assim você protege as</p>

<i>Pitadas de Gastronomia com István Wessel</i> BandNews FM SP	
(NP) Neli Pereira (IW) István Wessel	
	pontas dos ossos, que são muito delicados e que podem queimar durante este processo de assar. Quanto ele estiver mais ou menos 10 minutos de um lado, você coloca mais 10 do outro lado, provavelmente está pronto. Se a peça for maior, ele pode demorar uns 02, 03 minutos a mais de cada lado, mas de um modo geral, 20 minutos é o tempo para preparar esta delícia. Aí, depois de pronto, tira da churrasqueira, tira esta folha de alumínio que está solta, e aí, você corta entre os ossos. Pega um guardanapo, e o mais gostoso é comer com a mão, segurando na ponta dos ossinhos. Uma delícia.
NP	Brigada, viu Wessel. Um bom final de semana para você. Até segunda.
IW	(Interferência na ligação. Sem entendimento da despedida de Wessel)

04. Boletim de 04 de outubro de 2013.

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (LF) Luiza Fecarotta (RD) Raphael Despirite (Restaurante Marcel)	
FC	Ela já veio de quimono! O que que é isso Luiza Fecarotta? Já tá toda no clima!
LF	Você tá obcecada com essa coisa de quimono. Se depender de você, vamos de quimono amanhã também né?
FC	Eu sugeri a ela. Você não achou bacana Pascoal, a gente ir num evento de comida japonesa de quimono? Bonitinhas.
LF	A caráter.
FC	A caráter. Sabe que quando eu fui pro Japão eu queria comprar um quimono. Meu marido não deixou!
LF	Já soube que o seu marido não deixou.
FC	Me proibiu de comprar um quimono. Mas eu queria ir num evento. Tem tudo a ver a gente ir de quimono no evento amanhã. Mas tudo pronto pra amanhã pro nosso bate papo sobre gastronomia japonesa?
LF	A gente tem de refazer nosso convite aqui ao vivo né Fabíola? A gente vai amanhã se encontrar lá no Cine Livraria Cultura do Conjunto Nacional pra falar sobre a cozinha japonesa em São Paulo.
FC	É. Tem muita gente que tá mandando e-mails aqui. Eu quero ir. Como é que eu faço pra ir? Porque eu não vou conseguir lugar. A gente justamente desta vez, porque nos últimos eventos do Comida lotou. Ficou muita gente pro lado de fora, então a gente resolveu pegar um espaço maior agora. Nós estamos indo pro cinema da Livraria Cultura.
LF	300 lugares.
FC	300 lugares. Então é o seguinte. Você pode ir, vai com uma hora de antecedência, depois você já pega a sua senha. Dez horas? Aí depois vai dar uma passeadinha na livraria...
LF	Pois é. Porque ali dá pra tomar um cafezinho, dar uma volta...
FC	Mas guarda o espaço no estômago né?
LF	(risos)
FC	Não guarda um espaçinho no estômago?
LF	A gente recomenda.
FC	A gente recomenda, porque depois sempre tem alguma coisinha pra você degustar de comidinha japonesa. Mas quem estará conosco amanhã no palco Luiza?
LF	A gente vai receber o Jô Takahashi que um especialista no assunto Japão. Na verdade ele foi quase 30 anos da diretoria de arte e cultura da Fundação Japão em São Paulo e também é autor de um livro da Editora Melhoramentos "A Cor do Sabor" que é sobre a cozinha de Shin Koike. Ele sabe falar assim de uma maneira deliciosa sobre história, toda a vinda dos imigrantes e tudo o mais. E a gente tem também 3 chefs de cozinha. Murakami, que é nascido no Japão criado no Rio de Janeiro e que tá a frente do Kinoshita, um dos restaurantes mais premiados de São Paulo.

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (LF) Luiza Fecarotta (RD) Raphael Despirite (Restaurante Marcel)	
FC	E ele faz direto, viagens ao Japão justamente pra saber quais são as últimas novidades lá.
LF	Pois é. Todos os anos ele vai ao Japão. Isso que a gente pensou né? Ter convidados que entendam essa cozinha nas origens.
FC	Tradicional.
LF	E essa cozinha aqui em São Paulo né? Por isso também a gente chamou Ken Mizumoto, que é chefe do Shin-Zushi. O cara morou dez anos no Japão. Tem certificados de cozinha, enfim, um super levanta bandeira dessa cozinha mais tradicional.
FC	E é um bom representante da cozinha nacional né?
LF	Pois é. Eu gosto muito de lá porque ele bate papo ali no balcão. Vai contando pra você o que tá preparando, a história da comida que ele tá fazendo. Eu acho uma delícia. E Adriano Kanashiro que nasceu e foi criado em Londrina no Paraná. Então ele tem essa coisa das raízes interioranas mesmo e ir pra São Paulo trabalhar com isso.
FC	E acho que ele viveu na pele a história da comida nipo brasileira né. Que é justamente a chegada dos imigrantes japoneses aqui. Lá no Paraná é um reduto disso. Pode falar de como foi essa mistura do sushi com o arroz e feijão.
LF	Pois é. É o que a gente vai tentar descobrir no nosso bate papo. Falar com ele pra entender isso.
FC	Bom. Entre um papo e outro, música. A gente vai receber o Dudu Tsuda que vem acompanhado de quem Luiza?
LF	A cantora Liliana Granja Moraes e do guitarrista Ozório. Então a gente vai ter uma musiquinha ao vivo ali também pra ser um programa gostoso.
FC	Você vai adiantar o que o pessoal vai comer ou não?
LF	De jeito nenhum. Não era nem pra contar!
FC	Ai. Você é muito misteriosa Luiza. E uma coisa. Sushi combina com foie gras?
LF	Pois é. Adriano Kanashiro, inclusive um dos nossos convidados, ele é um dos caras conhecidos em São Paulo por fazer essa mistura de foie gras com atum.
FC	Mas eu acho que ele não vai poder fazer mais viu.
LF	Pois é. E aí a gente tem essa notícia.
FC	É. A Câmara Municipal aprovou na tarde de ontem, ainda é a primeira votação, mas aprovou na tarde de ontem um projeto que proíbe a venda de foie gras na cidade. O assunto agora é sério porque está chegando em São Paulo, há um movimento muito grande de todo mundo inclusive em relação a proibição ao foie gras e aqui em São Paulo essa foi uma proposta do vereador Laercio Benco que foi aprovada em primeiro turno. E antes de seguir pra sanção do prefeito ela ainda precisa passar por uma segunda votação e por algumas audiências públicas para ir pra segunda votação. E o

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (LF) Luiza Fecarotta (RD) Raphael Despirite (Restaurante Marcel)	
	vereador espera concluir isso até o final do ano. Ele classifica o foie gras de aperitivo de classes abastadas que não traz benefício à saúde. E argumenta que a produção submete gansos e patos a um sofrimento. A gente está com um convidado aí né Luiza, pra falar justamente sobre isso, mas o que você ia falar?
LF	Não. Porque aí tem toda essa discussão do foie gras que na verdade isso começou por um processo natural dessas aves. São aves que migram longos percursos durante o inverno então acumulam naturalmente mais gorduras em seus fígados pra aguentar essa travessia e isso foi descoberto pelos egípcios há muito tempo como uma iguaria. Isso é bom. Então isso era uma coisa reservada realmente à nobreza, mas veio de um processo natural que hoje é feito de maneira.
FC	Industrializada.
LF	Industrializada. Nem sempre industrializada. Tem muitas produções artesanais ainda. Você tem um processo de forçar a alimentação e a gente tá na linha com Raphael Desperiti. Bom dia Raphael.
RD	Bom dia Luiza. Tudo bem?
LF	Tudo bem.
FC	Ele que é um chefe de um restaurante tradicional Francês.
LF	Tradicionalíssimo Francês. O Marcel ali na Rua da Consolação. Eu já havia conversado com ele outrora quando eu fui fazer uma reportagem de foie gras lá no Sul, enfim, já tinha conversado com ele sobre a produção do foie gras aqui no Brasil, tem uma qualidade que cresceu a partir dos anos 90. Raphael como é que é isso pros chefes de cozinha?
FC	Essa proibição agora da Câmara? Isso vai prejudicar a gastronomia francesa aqui em São Paulo?
RD	Na verdade o alcance dessa lei é muito pequena. Não vai... Não é uma... O consumo de foie gras, mesmo a utilização de foie gras nos restaurantes é tão pequena, é tão imperceptível quase pro mercado de restaurantes porque é um produto muito caro e tal. Na verdade é assim, chega a ser uma bobagem e uma coisa assim, só vai prejudicar de verdade o produtor de foie gras.
FC	Mas no seu restaurante, por exemplo, a venda é muito baixa de foie gras?
RD	É um produto de pequeno consumo. É um produto que as pessoas consomem, é caro. No mesmo restaurante pra vender é caro. Tem um custo muito alto e tal.
FC	Você sabe quanto é mais ou menos uma porção de foie gras, o Raphael, hoje em dia que é vendido?
RD	O quilo do foie gras, num restaurante custa mais ou menos 190 reais. Por aí.
LF	Nossa! E isso quer dizer que tem um incremento grande até chegar no consumidor né?
FC	O que você vende, a produção é feita aqui no Brasil ou você importa?
RD	É feita no Brasil. É feita no interior de São Paulo em Valinhos.

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (LF) Luiza Fecarotta (RD) Raphael Despirite (Restaurante Marcel)	
FC	Tá. Porque essa lei ela abrange somente a cidade de São Paulo. Então vai ser proibido produzir e vender aqui. Agora você como um chefe de comida francesa, você acha que, você se sente limitado não podendo oferecer o foie gras? Isso vai prejudicar, por exemplo, o seu trabalho?
RD	Assim, eu imagino que, é que, até aonde pode ir isso? Então, por exemplo, daqui um tempo, vamos proibir a batata frita porque a batata frita engorda é fritura e tudo o mais e aí é onde não tem limite porque você pode ter argumentos pra todos os tipos de coisas, todos os tipos de produtos nessa mesma linha. Então vamos proibir o frango porque o frango é criado dessa maneira. Vamos proibir, são tantas coisas e tantas variações de coisas que podem gerar. Então o que me incomoda um pouco é a atitude dos vereadores que tem inúmeras coisas muito mais importantes pra pensar, tentarem restringir o que eu posso cozinhar, o que as pessoas podem comer assim de uma maneira, de uma maneira que não tem muito sentido. Pelo menos no meu ponto de vista.
FC	E aí é justamente isso. Porque a pessoa quer experimentar e não pode. O que o vereador alega e, assim, eu vou te falar uma coisa Raphael, sempre que a gente toca nesse assunto eu sou bombardeada de e-mails, ouvintes...
LF	E-mails...ouvintes... leitores na Folha também...
FC	Que levantam a bandeira, ambiental mesmo, falando o quanto é agressiva essa produção né? Há um movimento em todo o mundo em relação a isso. Como é que você analisa essa parte ambiental? Não apenas a parte da gastronomia. Mas essa parte.
RD	Sem dúvida, mas existe também, a gente tem de saber que existem produções de foie gras, por exemplo, que não fazem o método da gavagem que é aquele método de forçar o pato ou o ganso a comer com o funil, colocando o milho no animal. O que pode acontecer? O que acontece? O animal naturalmente comendo mais ele acumula gordura no fígado. Isso pode acontecer também, isso pode ser feito com luz, por exemplo, você vai acender a luz e o animal come mais.
FC	Mas aí também de repente, uma certificação disso vai. Esse foie gras ele é feito de maneira sustentável, maneira ambientalmente saudável, se fosse assim, na sua avaliação, também seria melhor ou não? Você tem essa preocupação na hora de escolher o foie gras que você vai servir?
RD	Não. Sem dúvida. E mesmo porque o método agressivo pro pato é agressivo pro fígado também então eu tenho um produto de baixa qualidade. O que não me interessa. Então assim, o controle tem de ser feito só que é difícil, normalmente é mais fácil proibir alguma coisa do que você ver se está sendo feito corretamente e tudo o mais. Isso vale pra quase tudo. Na gastronomia, no Brasil, enfim em tudo. Então pô vamos proibir alguma coisa, é mais fácil você inventar uma lei que proíbe alguma coisa que você prestar atenção no que está sendo feito e tal. No caso do foie gras no Brasil, é tão pequena a

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (LF) Luiza Fecarotta (RD) Raphael Despirite (Restaurante Marcel)	
	produção que assim, imagino que os produtores vão ter de fazer outras coisas. Vão vender pra fora. Vão exportar ou vai começar a ter um tráfico de foie gras. Alguém vai comprar no Rio de Janeiro e trazer pra cá.
FC	Não. Ou então comer escondido. Tem aquelas coisas como acontece.
LF	Teve até uma comparação com a lei na Califórnia, parece que o vereador falou ontem com a Folha, ele falou com o Gustavo Simon e com a Magê Flores, que foram os dois repórteres que assinam a reportagem que saiu no Cotidiano hoje e ele diz que... Ai! Me deu um branco!
FC	O Raphael deixa eu te perguntar uma coisa. E vocês vão fazer algum protesto lá na Câmara Municipal?
LF	Agora eu lembrei. Olha só que horror. Ele abriu o diálogo. Ele diz que vai fazer conversas com chefes de cozinha pra aprimorar esse texto. Me fugiu na hora mas enfim foi isso. Ele diz que tá aberto a esse diálogo.
RD	Sem dúvida. Aí eu acho um ponto importantíssimo. Se sentassem todo mundo, vamos pensar numa lei que realmente pense no que tá acontecendo. Ah vamos pensar no animal e tudo o mais. Então vamos sentar com o produtor. Vamos falar com o cara da cozinha. A gente chega a um termo decente e entende como é que funciona o produto que isso pode valer pra todo tipo de produto na verdade.
FC	É isso.
RD	Pra carne. Pra peixe. Pra. Porque tem vários outros, pra agricultura também.
LF	Quer dizer, melhorar essa relação do produtor e do chefe de cozinha e do consumidor.
FC	Quer dizer, teremos manifestação de chefes franceses na Câmara Municipal. Raphael Desperiti, muito obrigada por sua participação aqui no Comida ao vivo e até uma próxima.
RD	Obrigado e Bom Dia.
LF	Tchau Raphael.
FC	Bom, a gente vai acompanhar isso. Ainda falta uma segunda votação, mas a polêmica já está aí. Já estou recebendo muitos e-mails aqui de ouvinte, mas o pessoal quer saber mesmo é de comida japonesa porque amanhã a gente se encontra lá não é Luiza?
LF	Amanhã é o dia Fabíola.
FC	Vai de quimono tá?
LF	Não exagera.
FC	Bom, amanhã às 11 horas a gente espera vocês lá no Cine da Livraria Cultura do Conjunto Nacional. Comida especial. Comida Japonesa. No site da CBN todos os detalhes. Vamos ao repórter CBN. Voltamos em instantes com outras notícias.

05. Boletim de 23 de outubro de 2013.

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (GS) Gustavo Simon	
FC	A gente vai para uma tribo será? Hoje? Quem está comigo hoje para falar de comida é o repórter do Caderno Comida da Folha de São Paulo, Gustavo Simon. Olá Gustavo! Bom dia!
GS	Bom dia Fabíola. Tudo bem? Bom dia aos ouvintes do CBN São Paulo.
FC	A gente tá no meio de uma tribo indígena. É isso? Olha o clima.
GS	Já estamos voltando a São Paulo.
FC	Ah é? Por quê? A gente tem alguma influência de comida indígena ou estamos colocando a influência da comida indígena hoje aqui em São Paulo?
GS	Acho que a gente já tem e tem restaurantes que estão reforçando esse laço aí com os indígenas, dos povos nativos daqui do Brasil. O Caderno Comida de hoje da Folha traz a história da Dona Brasi. Uma matéria que a Janaina Fidalgo, em colaboração com a Folha, foi atrás. A Dona Brasi é uma indígena da etnia Baré lá de São Gabriel da Cachoeira no Amazonas, região do Alto Rio Negro, que há um tempo atrás, ela veio pra São Paulo trazendo aí um embornal com saúvas, com tucupi preto, com beiju. Muitos chefes foram conhecer depois a Dona Brasi lá em São Gabriel da Cachoeira, entre eles o Alex Atala, que virou um amigo praticamente da Dona Brasi. E a Dona Brasi tá lançando um livro agora, com as suas receitas. Chama Dona Brasi Cozinha Tradicional Amazônica e tá voltando pra São Paulo pra fazer mais um jantar com esses ingredientes aí da floresta amazônica.
FC	E os pratos são o quê? O que que tem de pratos especiais? Assim da comida amazônica, heim Gustavo? Que os chefes estão adotando com esses ingredientes?
GS	Olha a cozinha amazônica tem muito de floresta, mas é uma cozinha já algo cabocla. Tem alimentos que são provenientes da floresta, tem alimentos do rio e tem muitos alimentos da roça também. Então são carnes de caça né, paca, anta, até tucano, os indígenas comem...
FC	Não começa a falar essas coisas aqui Gustavo. Isso dá uma confusão. Eles acham que aqui no quadro Comida, a gente é matador de bicho. Aí começa a surgir, daqui a pouquinho inclusive, a gente vai fazer um debate aqui no CBN São Paulo sobre o tal do foie gras que vai ser discutido hoje. Daqui a pouquinho, lá na Câmara Municipal. Tem um debate. A gente vai promover um debate agora aqui no CBN São Paulo a respeito disso, mas a comida é muita coisa de caça. Com certeza né?
GS	Exatamente. A Dona Brasi, inclusive diz que ela adorava caçar tucano, e é uma das carnes que ela mais gosta.
FC	Nossa Senhora! Complicado!
GS	Mas ela reconhece que aqui em São Paulo não dá pra fazer muito das delícias que eles comem lá. O peixe assando na folha de bananeira, por exemplo, ela diz que dá. Mas o próprio vinagrete de saúva, a farofinha lá que ela faz com formiga, que é outra proteína muito marcante na cozinha indígena, ela falou que é um pouquinho mais complicado.
FC	Ah! Mas a gente não tá falando também sobre a questão das ervas, sobre as

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (GS) Gustavo Simon	
	frutas. Que é muito presente também nessa comida dos índios, não Gustavo?
GS	Muito. Muito. Os índios Baniwa, por exemplo, comem 45 frutas.
FC	Nossa!
GS	É uma lista, acho que se a gente for no Mercadoão, a gente não vai conseguir encontrar 45 frutas.
FC	É. Se a gente for juntar de todos os países quem sabe a gente chega a um número próximo, mas é... 45 frutas da região amazônica?
GS	É.
FC	Isso que é incrível!
GS	Exatamente. E tem mandioca brava que faz o Tucupi. Tem os caldos e mingaus. Todos engrossados com tapioca, com goma de mandioca, a farinha d'água, muitas pimentas. A jiquitaia é uma das mais conhecidas, que é uma mistura de várias pimentas secas ao sol e depois são moídas no pilão.
FC	Agora, engraçado essa história da Dona Brasi, né? O nome dela é Josefa Antônia Gonçalves.
GS	Exato.
FC	Nunca imaginou que ela fosse... Ela vem de qual região lá do Amazonas?
GS	É do Alto Rio Negro, a cidade de São Gabriel da Cachoeira. Só se chega lá de barco ou de avião turbo hélice, e ela tá nos preparativos pra fazer toda essa viagem pra chegar aqui em São Paulo na semana que vem, no dia 30, ela faz um jantar a quatro mãos com a Mara Salles, a chefe do Tordesilhas, que fica na Alameda Tietê, 489. O jantar vai ser no dia 30 às 9 da noite. Precisa reservar pelo telefone: 3107 7444.
FC	E tem o valor de quanto que vai ser esse?
GS	Vai custar 150 reais.
FC	150 reais.
GS	Com serviços e bebidas e vai ter o lançamento desse livro que a gente comentou "Dona Brasi Cozinha Tradicional Amazônica". Que é um relato super gostoso, da Maria da Paz Trefaut. Tem fotos lindíssimas do Rogério Assis. Vai custar 70 reais. É uma edição bilíngue inclusive, super bem trabalhada.
FC	Agora, pra quem quiser experimentar um pouco do que a gente tá falando aqui, desse traço da comida indígena, tem outros restaurantes em São Paulo também que trazem né, ingredientes indígenas, ingredientes brasileiros?
GS	Muitos outros.
FC	Quais, por exemplo, a gente pode dizer, heim Gustavo?
GS	Olha. O Brasil a Gosto no Jardim Paulista, na Rua Professor Azevedo Amaral número 70, a chefe de lá a Luiza Trajano, fez no começo desse ano uma viagem de 27 dias pela tribo dos Yawanawa, lá no Acre. Também vai lançar um livro, chama Cardápios do Brasil, em novembro e fez um menu em homenagem a essa tribo. O menu Yawanawa. Tem pratos como creme de mandioca com queixada que é porco do mato. Pintado na folha de bananeira. Um menu degustação inclusive.

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (GS) Gustavo Simon	
FC	Menu que custa 189 reais. É um menu completo pra você experimentar.
GS	Exato.
FC	Além disso tem no Dalva e Dito, tem no DOM, tem no Mani.
GS	No Jiquitaia, né?
FC	No Jiquitaia.
GS	Eu falei da pimenta jiquitaia, tem o restaurante Jiquitaia, tem o Amazônia.
FC	Lá no restaurante Jiquitaia, tem arroz de pato com tucupi, aí é uma opção mais barata, porque a gente falou só de coisas muito caras aqui. 39 reais pra quem quiser experimentar.
GS	E no Mani, super estrelado na Joaquim Antunes, tem nhoque com mandioquinha com 39 reais.
FC	Deu água na boca.
GS	Bem em conta.
FC	Sem bicho.
GS	Sem bicho.
FC	Gustavo Simon muito obrigado e até a próxima.
GS	Obrigado Fabíola. Bom dia.
FC	Pra quem quiser mais detalhes, tá tudo isso lá. Os endereços, inclusive receitas também lá no Comida que é o www.folha.com.br/comida . Tem uma receita de Mujeca de filhote. Vai ver o que que é vai.

06. Boletim de 22 de novembro de 2013.

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (GS) Gustavo Simon	
FC	E hoje quem está aqui conosco é o Gustavo Simon. Olá Gustavo. Bom dia.
GS	Bom dia Fabíola. Bom dia aos ouvintes. Tudo bem?
FC	Tudo bom. Você vem com uns ritmos latinos aí? É isso?
GS	No ritmo da salsa, Fabíola.
FC	No ritmo da salsa. O ritmo da salsa ainda não entrou, mas nós já estamos aqui no ritmo da salsa porque vamos falar sobre Morritos.
GS	Vamos falar sobre Morritos. Hoje o tempo tá meio chuvoso né, uma garoinha, mas na semana fez calor e o verão promete fazer calor também. Ó a salsa já chegou. Ó. Ah não. Não é a salsa. Esse é o pequeno cidadão.
FC	Esse é o pequeno cidadão ainda. Ainda estamos... Agora sim.
GS	Agora sim. Em ritmo da salsa.
FC	Em ritmo da salsa. O ritmo caribenho pra falar sobre Morritos. Qual é a novidade do Morritos em São Paulo?
GS	Muitos bares estão investindo nesse drinque muito clássico né, pro verão? O rum é uma bebida que nunca saiu de moda né? O Morrito também nunca saiu de moda, inclusive é o drinque mais buscado na internet, no Google, em todo mundo.
FC	Sério?
GS	O coquetel mais buscado no Google é o Morritos.
FC	Você sabe que lá na Tailândia, onde eu estava nas minhas férias agora, todo mundo tomando Morritos. Aliás, foi o que eu mais bebi lá. Foi Morritos.
GS	Ah é?
FC	É. É uma novidade. Um Morrito negro.
GS	Morrito negro?
FC	Na verdade eu não sei o por que. Ele era escuro. Eu não sei se eles colocavam chá ou era o açúcar negro. Eu não sei o que que era. Eu sei que o Morrito era escuro. Uma cor assim parecida com a Coca-Cola praticamente.
GS	É uma das novidades inclusive aqui de São Paulo. O Noah Bar, que fica na Rua Bela Cintra nos jardins, tem uma receita do Dark Morrito, que é com rum escuro e um biter caseiro de laranja.
FC	Hum...
GS	E é um rum negro mesmo, viu Fabíola. Pelo que eu vejo aqui eles adicionam xarope de cana de açúcar queimado e caramelo ao rum e ele adquire essa cor escura e fica com essa aparência de Coca-Cola.
FC	É esse mesmo que eu acho que eu tomei, porque ele realmente tem uns gostinhos de cana, assim sabe?
GS	Mais docinho.
FC	Mais docinho. Nossa. Recomendo. Super gostoso. O rum negro. E eles colocam outras coisas também. O Morrito tem outras caras. Inclusive frutas no Morrito, é isso?
GS	Pois é. A receita clássica é rum, hortelã, limão, açúcar e água com gás ou clube soda né? Água com gás se tornou clássica, porque em Cuba não tinha

<i>Comida</i> CBN FM SP	
(FC) Fabíola Cídral (GS) Gustavo Simon	
	clube soda, na época do Hemingway, por exemplo, que é um dos grandes fãs da bebida e aí eles improvisavam com água com gás.
FC	Mas o certo seria colocar o que a gente chamava antigamente de água tônica né? Schwepps. Aí já é uma marca, mas chama água...
GS	Água tônica.
FC	Água tônica. Tá.
GS	Mas muitos bares estão fazendo algumas releituras aí do drinque clássico, colocando frutas vermelhas, por exemplo, no Guanahani, que é um bar Colombiano na Joaquim Antunes, ali em Pinheiros, tem o Morritos de frutas vermelhas, que leva rum envelhecido, anis, espumante e especiarias.
FC	Nossa!
GS	Uma coisa bem diferente. E outros bares têm também receitas muito diferentes, Jordão Bar lá no Tatuapé na Rua Apucarana, agora vai fazer um festival no verão com doze variações da bebida, tem uma de lichia. E o Noah, inclusive, eles tem uma coisa bacana, eles tem uma bandeja com 5 mini Morritos.
FC	Olha.
GS	Um Morritos pequenininho, custa 48 reais a bandeja com 5. Serve, acho que, 2, 3 até 5 pessoas às vezes.
FC	Será? Ou às vezes uma! (risos).
GS	Dependendo do calor, dependendo da sede que a pessoa tiver...
FC	É. Olha. Morritos desce que desce fácil né?
GS	Você nem percebe que tá subindo né?
FC	Só na hora em que você vai levantar da cadeira.
GS	É. E aí nessa bandeja vem o Morritos tradicional, um de tangerina, um de pimenta, um de grapefruit, a toranja e um de morango.
FC	Hum.
GS	Dá pra experimentar bastantes coisas.
FC	Agora normalmente os Morritos estão muito caros nos restaurantes aqui em São Paulo, também né? Em média o que, mais de 20 reais, né?
GS	É. Eu acho que na verdade já é uma média que o pessoal acabou adotando pra drinks. É fácil encontrar drinks na faixa de 20. Esse que a gente falou é 21 no Guanahani. 21 e 90 no Jordão Bar. É na faixa de 20 a 25 reais.
FC	Vamos de Morritos Gustavo Simon. Muito obrigada. Um ótimo final de semana então.
GS	Obrigado Fabíola. Bom fim de semana.
FC	Tem receita lá no site também. Folha.com.br/comida. Agora é hora do repórter CBN. Voltamos em instantes.