

VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo
II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo
Vida Sustentável: práticas cotidianas de consumo
12, 13 e 14 de setembro de 2012 – Rio de Janeiro/RJ

Democracia e Distinção no Discurso Gastronômico

Thiago Gomide Nasser¹

Resumo:

Este trabalho propõe uma discussão do discurso gastronômico contemporâneo apropriando-se da distinção conceitual de Johnston e Baumann (2010), segundo os quais o discurso culinário dos *foodies* ecoa o discurso contemporâneo do consumo ético e é caracterizado por uma tensão entre ideologias de consumo e cidadania, sendo que a primeira é hegemônica dentro deste discurso. A ideologia do consumo estipula que o sujeito, no caso o consumidor de alimentos, possui o potencial de agente de transformação por meio de suas escolhas nas gôndolas de supermercado e outros locais de consumo, como restaurantes. A ideologia de consumo potencialmente reforça distinções de status na medida em que o consumidor ético reivindica uma superioridade moral no consumo de determinados produtos. Esta ideologia ainda facilita um enquadramento da política da alimentação de acordo com uma lógica *win-win* – é possível ao mesmo tempo agradar o paladar e salvar o meio-ambiente, por exemplo. O consumismo é contraposto à ideologia da cidadania. Como afirma Szasz (2008), embora o enquadramento consumista tenha alguns atrativos didáticos, sua ênfase no consumo de bens serve para obscurecer questões estruturais e possíveis soluções coletivas, precisamente o enquadramento dado pela ideologia da cidadania. Sua tônica consiste na proposição de projetos coletivos e democráticos em que responsabilidades cívicas devem definir a utilização de recursos alimentares.

Palavras-chave: gastronomização, politização da alimentação, discurso gastronômico, distinção

¹ Doutorando em Ciência Política no Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (IESP/UERJ). E-mail: thiago.nasser@gmail.com.

1 – Introdução

Comer é cada dia mais um ato complexo. As ciências sociais têm envidado grandes esforços para buscar compreender as múltiplas ressignificações do ato de consumo dos alimentos de acordo com diferentes parâmetros – a saudabilidade, a medicalidade e a gastronomização, para usar a terminologia proposta por Barbosa (2009). Muitas vezes a harmonização destes ingredientes numa mesma garfada é problemática e geradora de tensões.

O objetivo desse trabalho é apresentar uma das tensões existentes no entrecruzamento de duas tendências alimentares - a gastronomização e a politização – no discurso gastronômico midiático, um espaço altamente visível e influente na formatação de subjetividades no campo alimentar. Embora a predominância nesse campo seja um discurso gastronômico pautado principalmente pela questão da estética e do prazer, já existe, em virtude da atuação de algumas figuras emblemáticas, uma crescente conexão feita entre a gastronomia e, por exemplo, o meio-ambiente.

A gastronomização e a politização se encontram presentes, embora em proporções díspares, na cultura dos *foodies*, termo utilizado no mundo anglofôno para designar uma nova geração de apreciadores da boa alimentação que utilizam critérios de estética e palatabilidade mais democráticos, em combinação com critérios éticos e políticos. O termo *foodies* foi cunhado justamente com o intuito de distingui-los dos chamados *gourmands*, remanescentes de uma era em que o principal padrão de referência se limitava à sofisticação da *haute cuisine* francesa. Por esse motivo se torna oportuno o enquadramento analítico proposto em estudo realizado pelos sociólogos canadenses Josée Johnston e Shyon Baumann (2010) sobre a cultura política e o discurso dos *foodies*, no interior da qual tal tensão é presente e se desdobra nos conceitos de democracia e distinção. Propõe-se que este enquadramento analítico, por sua vez, seja utilizado para fazer uma crítica do discurso gastronômico na mídia.

2 - O Discurso Gastronômico na Mídia

Um dos principais reflexos da chamada “gastronomização” do consumo alimentar apontada por Barbosa (2009) diz respeito ao fenômeno midiático dos programas de televisão, encartes de jornal e revistas especializadas que gravitam em torno do universo da gastronomia. É quase impossível hoje em dia zapear pela televisão ou folhear as páginas do jornal sem topar com a figura de um chef de cozinha ou algum outra

personalidade pertencente à indústria (críticos, escritores, donos de restaurantes, sommeliers, etc.). Elas e, significativamente, eles² estão por toda parte, seja popularizando uma técnica sofisticada a ser replicada em casa ou viajando país ou mundo afora para apresentar ingredientes e pratos típicos ou “exóticos”. Existe uma impressionante quantidade e variedade de programas, *reality shows*, veículos impressos especializados – quantidade essa que cresce exponencialmente se a internet for considerada. É sintomático também que os protagonistas brasileiros e estrangeiros dessas mídias já são consideradas “celebridades” e são facilmente reconhecíveis por uma faixa razoável do público em geral, principalmente a que detém acesso à televisão por assinatura. (Por sinal, muitas vezes esse status não é necessariamente conferido exclusivamente pelo reconhecimento prévio no mundo da gastronomia). De modo que lá se foram os tempos em que a gastronomia na mídia se resumia à demonstração de preparos e fichas de receita nas laterais de revistas tendo como público alvo donas de casa.

Mais importante, na medida em que comer se traduz em prazer, é possível apontar esse tipo de mídia, ancorada em personalidades, como uma das principais fontes de informação relativas à alimentação. Num contexto em que a “estetização da realidade (Featherstone, 1991) assume crescente importância, a obtenção de informações relativas à gastronomia se torna cada vez mais imprescindível para a formulação de subjetividades e identidades.

Em que pese a politização do consumo em geral, e, mais especificamente, do consumo alimentar, os compromissos políticos estabelecidos na esfera do discurso gastronômico, que possui um papel cada vez mais influente no comportamento de consumidores, permanecem opacos e, quando visíveis, ambíguos.

Até que ponto é possível falar de politização no âmbito de um discurso específico – o discurso gastronômico - que permanece, por sua tradição e por suas raízes sociais calcadas no preceito da distinção, dedicado à apreciação de prazeres sensuais e estéticos. Em suma, como atualmente é possível combinar ética e política com estética e prazer?

Se, por um lado, resta claro que a alimentação é um assunto político, ou seja, entranhado por relações de poder e privilégio no sentido de que escolhas alimentares

² Pois uma das características da gastronomização é precisamente a invasão masculina do espaço outrora doméstico e feminino

cotidianas reproduzam divisões sociais de poder econômico e prestígio social, por outro, a questão de como a alimentação é politizada no discurso permanece em aberto.

Este trabalho propõe uma abordagem a essa questão em que se discute a evolução do discurso gastronômico contemporâneo apropriando-se da distinção conceitual de Johnston e Baumann (2010), segundo os quais o discurso culinário dos *foodies* ecoa o discurso contemporâneo do consumo ético e é caracterizado por uma tensão entre ideologias de consumo e cidadania, sendo que a primeira é hegemônica dentro deste discurso. A ideologia do consumo estipula que o sujeito, no caso o consumidor de alimentos, possui o potencial de agente de transformação por meio de suas escolhas nas gôndolas de supermercado e outros locais de consumo, como restaurantes. A ideologia de consumo potencialmente reforça distinções de status na medida em que o consumidor ético reivindica uma superioridade moral no consumo de determinados produtos. Esta ideologia ainda facilita um enquadramento da política da alimentação de acordo com uma lógica *win-win* – é possível ao mesmo tempo agradar o paladar e salvar o meio-ambiente, por exemplo. O consumismo é contraposto à ideologia da cidadania. Como afirma Szasz (2008), embora o enquadramento consumista tenha alguns atrativos didáticos, sua ênfase no consumo de bens serve para obscurecer questões estruturais e possíveis soluções coletivas, precisamente o enquadramento dado pela ideologia da cidadania. Sua tônica consiste na proposição de projetos coletivos e democráticos em que responsabilidades cívicas devem definir a utilização de recursos alimentares.

A partir dessa discussão uma análise do discurso deve perguntar de que forma (e se) a política é enquadrada no discurso gastronômico brasileiro contemporâneo. Quais são os tópicos ressaltados com maior frequência, quais os considerados mais importantes, quais são os assuntos omitidos ou considerados de menor relevância? Para chegar ao miolo da questão política na gastronomia, é preciso evitar dicotomias e optar por uma abordagem que comporte nuances na forma de como questões políticas são enquadradas no discurso gastronômico e incorporadas nas vidas e palavras dos sujeitos que coletivamente o moldam. A política da alimentação pode ser abordada como um discurso de diversos matizes em que ideologias de consumo e cidadania moldam a compreensão de como a alimentação se relaciona a questões de igualdade, justiça social e sustentabilidade.

A comida, segundo essa concepção está integrada a uma rede mais complexa de disputas e se encontra no ponto de intersecção de diferentes discursos que a apropriam

como objeto de diversas reivindicações políticas (o discurso nutricional, o ambiental, o político-econômico).

3 – Enquadramentos Políticos no Discurso

Considerando a discussão acima, o discurso gastronômico tem exercido um papel fundamental e crescente na mediação de saberes acerca da comida na medida em que outros movimentos e grupos recorrem a uma retórica do prazer, terreno em que a gastronomia, tradicionalmente detém a primazia. Isto significa que a gastronomia passa a ser mobilizada e passa a ser constituída por atores que antes poderiam ser considerados estranhos ao universo da gastronomia. Basta lembrar dos exemplos já citados: no campo da nutrição, a crença de que alimentos mais saborosos, como os da dieta mediterrânea são também os mais saudáveis; no campo da ecologia/sustentabilidade, a compra de produtos locais/orgânicos não é apenas uma medida para a diminuição da pegada de carbono, mas também uma opção por produtos mais deliciosos; no campo da mobilização social, o consumo de produtos originados fora de economias capitalistas exploratórias, propicia a apreciação de uma riqueza maior de variedade (espécies caboclas, etc). Essas opções são chanceladas por *connoisseurs* com reconhecido gabarito gastronômico que atestam a superioridade dos produtos elegidos como parte de suas bandeiras..

Ao mesmo tempo, ecoando os estudos de Johnston e Baumann (2010), percebe-se no discurso gastronômico contemporâneo a tendência de construção da apreciação gustativa e estética a partir de critérios políticos ou éticos. Ou seja, percebe-se um movimento inverso: a mobilização de retóricas e temáticas antes ausentes do discurso gastronômico. O movimento Slow Food é uma instância proto-típica desse movimento de subsunção do prazeroso com o correto que se infiltra no interior do discurso e expande o rol de instrumentos retóricos disponíveis para a construção do gosto. É nesse sentido que se alude a uma “politização”, “democratização” ou “moralização da gastronomia que no entanto permanece fiel à elucidação e desenvolvimento da “arte de comer” (Dória, 2010).

O produto dessa dialética é uma maior diversificação e permeabilidade no interior do discurso gastronômico que, porém, não se dá sem tensões com paradigmas pré-existentes e sem a inauguração de inéditas disputas pela fixação de significados que

estão relacionados à posição relativa de atores interessados dentro de um campo de poder estruturado em que se busca estabelecer uma hegemonia. É nessa seara que a análise de discurso se faz uma ferramenta útil pois ela combina o interesse crítico de desvelamento de relações de poder com o insight pós-estruturalista de que a realidade social é construída discursivamente.

O primeiro passo aqui será de elucidar mais cuidadosamente as características do discurso gastronômico e de sua evolução com objetivo de revelar qual a dinâmica de seus debates internos. Mais precisamente, busca-se responder a pergunta: qual é a *linguagem* do discurso gastronômico? Em seguida, serão analisadas as ferramentas teóricas utilizadas em recentes estudos para descrever a dinâmica interna desse discurso, em particular a partir de sua “democratização” em diferentes contextos em que esta se manifesta com maior intensidade (EUA e Europa). Estas análises, assim como as críticas feitas a elas, fornecem, por sua vez, diferentes insumos para se propor uma possível fazer uma análise de discurso para o campo da gastronomia no Brasil e desse modo poder falar de uma *gastropolítica*.

O discurso gastronômico nada mais é que o modo como se fala, compreende e debate a comida e a alimentação dentro de uma determinada esfera pública, no sentido mais frouxo do termo, isto é, público no sentido de que ele é livremente acessível a qualquer pessoa interessada. Compreende-se discurso, aqui, com um sistema de conhecimento que organiza a compreensão de determinado objeto a partir de uma determinada perspectiva contribuindo para construir uma realidade social. Apesar de seu caráter público, a inteligibilidade

O discurso gastronômico organiza a apreensão dos alimentos do ponto de vista de seu usufruto culinário, gustativo e estético. É possível traçar uma distinção, por exemplo, entre o discurso puramente político-econômico a respeito da comida, centrado nos determinantes de produção e distribuição da comida, ou seja, na comida como um bem que supre necessidades físicas, isto é, como uma *commodity*. O discurso que interessa aqui é o discurso explicitamente centrado na comida – e, distinção semântica importante, não na alimentação – como artefato cultural, como “entretenimento”, como objeto de críticas de jornal, revistas e blogues, programas de televisão. Em suma, o discurso especializado gastronômico.

Referências Bibliográficas

BARBOSA, L. Tendências da alimentação contemporânea. In: PINTO, Michelle de Lavra PACHECO, Janie K. *Juventude, consumo & educação*. Porto Alegre: ESPM, 2009.

DÓRIA, C. A. *Estrelas no Céu da Boca*. São Paulo: SENAC, 2006)

JOHNSTON, J. e BAUMANN, S. *Foodies – Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. Nova York: Routledge. 2010.