

REPRESENTAÇÃO FEMININA NAS REVISTAS DE GASTRONOMIA

BRUNA GABRIELA SCHWALBERT¹; JAMILE WAYNE FERREIRA²

¹Universidade Federal de Pelotas – bruna.schwalbert@outlook.com

²Universidade Federal de Pelotas – milewayne.gastronomia@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Apesar das mulheres terem sido, historicamente, destinadas aos cargos de cozinheira domésticas, ao passar para cozinha profissional a História muda de rumo. Quando, na França, os reis começam a fazer grandes banquetes e a profissão de *chef* surge, as mulheres são excluídas e a imagem do homem aparece, tomando posse da profissão que foi determinada e condicionada às mulheres, histórica e culturalmente. Segundo Savarin (1995), a ascensão dos homens na cozinha foi uma necessidade, pois as mulheres já não supriam as necessidades dos reis em criar, além de serem fracas, sentimentais e não conseguirem comandar. A fala de Brillat-Savarin é apenas um exemplo do que os homens têm falado desde a ascendência da profissão *chef*, que cada dia ganha mais glamour e é mais aclamada pela mídia.

Os livros e revistas de culinária foram criados no século XX, como forma de difundir conhecimentos e saberes culinários, além de vender produtos. Porém, a partir delas podemos identificar uma segregação interseccional, de raça, classe e gênero, tanto pela forma como esses grupos são representados, quanto pelo público que as consome. O objetivo deste artigo é mostrar como as revistas de culinária representam as mulheres em suas capas, em especial a revista Prazeres da Mesa, que será o objeto pesquisado, fazendo um comparativo com o passar dos anos, em uma perspectiva histórica.

2. METODOLOGIA

Para a elaboração do seguinte artigo, foi realizada uma pesquisa detalhada da revista Prazeres da Mesa, analisando principalmente as suas capas dos últimos anos e como elas têm representado as mulheres cozinheiras e chefs. Juntamente, uma revisão bibliográfica sobre gênero e a imprensa, focando nas revistas de culinária desde sua criação.

No estudo de caso foram analisadas 12 edições da revista Prazeres da Mesa, entre 2011 e 2019, mostrando o desenrolar das capas nesses últimos oito anos, em uma perspectiva de gênero. Foram coletados dados, referentes à frequência que aparecem pratos de homens ou mulheres nas capas e quais vitrines gastronômicas eles estão inseridos: *slow food*, *pâtisserie*, *comfort food*/comida caseira, de volta às raízes, carnes etc.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Atualmente, quando se fala em gastronomia, logo se remete a uma imagem de luxo, *chefs* renomados e restaurantes premiados. Porém, nem sempre essa foi a imagem transmitida pela mídia brasileira - inclusive, esse luxo e requinte chegou na realidade brasileira faz poucos anos – até a década de 1930, a única gastronomia que se conhecia era aquela que passava por gerações, de mães para suas filhas, cadernos de receita e técnicas familiares. Com os livros de

culinária percebeu-se uma oportunidade no mercado em vender de forma mais rápida as receitas, com isso surgem as revistas.

Há uma transformação nas capas das revistas, com um foco que foge da imagem de “mulher do lar”. Porém, as matérias e receitas culinárias continuam tendo foco feminino e a ideia de que os preparos devem ser para “a família toda”, e explicados de forma simples. O que tem aparecido muito – principalmente em revistas como AnaMaria – são as receitas *fitness*, com foco no “emagrecer”, para um enquadramento nos padrões impostos pela sociedade, reforçando o controle sobre o corpo da mulher.

As revistas de “alta gastronomia”, tem pautas onde apresentam pratos requintados, com técnicas e uso de aparelhos eletrônicos de última geração. Elas proporcionam conteúdos de altíssima qualidade, fotografias, matérias sobre restaurantes e entrevistas. E é nessas revistas onde pode-se perceber expressamente a presença de homens, e o direcionamento dos conteúdos voltados para o público masculino, conteúdos feitos por homens e para homens. Segundo Scavone (2008):

[...] se hoje existe um glamour em torno da profissão de *chef* de cozinha aqui no Brasil, isto se deve à construção da identidade de gourmet-homem, ou seja, à oficialização de que os homens podem e devem gostar não só de se alimentar de forma requintada, diferente, mas, principalmente são autorizados a cozinhar e falar sobre comida, técnicas e equipamentos de cozinha, frequentar cursos das mais diferentes abordagens culinárias, vestindo, inclusive, avental e touca (SCAVONE, 2008, p. 2).

Não apenas no Brasil, mas no mundo todo, a predominância de homens nesse tipo de revistas é evidente. A maioria das entrevistas e matérias apresentam o luxo e sofisticação das cozinhas, dos pratos e da vida de chef. O que a maioria dos homens não admite é que sejam chamados de cozinheiros, pois são *chefs*. Com as mulheres o papel se inverte, e têm orgulho em dizer que sim, são cozinheiras e que ser chef é apenas um cargo (GHILARDI-LUCENA, 2007).

Para fazer uma análise de capas, são muitos os fatores que influenciam, uma vez que a revista pesquisada (Prazeres da Mesa) não utiliza fotos de pessoas, mas sim pratos. Desta forma, é preciso interpretar através das imagens a forma como ela representa aquele que criou o prato que está sendo apresentado na capa, além de considerar as categorias, conforme expresso na metodologia: *slow food*, *pâtisserie*, *comfort food*/comida caseira, de volta as raízes, carnes etc.

A revista Prazeres da Mesa, criada em 2003 pela editora 4 Capas, é uma das mais famosas e mais consumidas na categoria gastronomia, tendo grande influência na área, fazendo anualmente o evento chamado “Melhores do Ano”, onde premia os destaques nacionais – com votação pública. Em suas matérias, vêm demonstrando interesse em dar mais espaço às mulheres, infelizmente, na prática, não acontece. Além de controverso, as matérias acabam mostrando claramente a grande desigualdade existente na mídia e nas cozinhas profissionais. O melhor exemplo está na edição nº 184, onde foi publicada uma matéria intitulada “A vez delas: A força das mãos feministas”, mas quem está discursando, em uma palestra ao Mesa Ao Vivo: São Paulo, é um chef homem. A matéria foi escrita por uma mulher e o tema era a comida caseira e os ensinamentos familiares e maternos. Além desta edição, no mês de maio de 2018, nº 177, há uma matéria intitulada “As heroínas sem capa” onde foram convidadas 5 chefs para falar sobre trabalho e maternidade, numa matéria que

questiona a desigualdade social entre homens e mulheres. É possível perceber facilmente que há um problema nesse discurso, pois o que é pregado na matéria - numa edição especial às mulheres (mães) - não é colocado em prática nas demais edições do ano.

Entre as revistas publicadas em 2019 até o momento, foram quatro capas com pratos de chefs homens, uma capa especial de vinhos e uma capa de uma chef, onde a mulher era representada através de um bolo. Reforçando a ideia de que a confeitaria é um espaço feminino, pensamento muito frequente em restaurantes, sem entrar muito afundo no quesito sexualidade, que é altamente questionada dentro das cozinhas. Dentre os homens temos: sanduíche (semelhante a hambúrguer), carnes (que aparecem duas vezes!) e frutos do mar (que são colocados como “cozinha de raiz”).

Preparos com carne, que envolvem fogo e salga ainda são extremamente ligados à homens. Na edição nº 183, há no mínimo 3 matérias onde mulheres e carne, fogo e sal são colocadas em conjunto, porém, na reportagem onde representa-se o perfil dos churrasqueiros, com fotos, apenas uma mulher está presente.

Ainda na edição nº 184, previamente citada, há uma matéria intitulada “Brincadeira de menina” onde estão representadas três mulheres churrasqueiras, e explica-se sobre como a mulher pode estar onde ela quiser, e trabalhar sim com carne e fogo. Porém nesta mesma edição, nas outras matérias que envolvem o mesmo tema, estão expostos cerca de dez homens. Em uma análise realizada anteriormente, percebe-se claramente essa diferença entre homens e mulheres nas colunas que envolvem a carne e seu preparo: em 12 meses - 12 edições, sendo elas de maio de 2018 a abril de 2019 - foram colocados 19 homens e apenas 6 mulheres.

Para comparação, em 2011, de 6 capas publicadas – em 2011 a revista não publicava mensalmente – foram 4 capas com pratos de chefs mulheres, uma de chef homem e um especial de vinhos (o especial de vinhos é publicado anualmente no mês de janeiro). Apesar da maioria numérica de mulheres, elas não estão presentes nas matérias principais das revistas e, das quatro capas duas se enquadram em confeitaria e *pâtisserie* (novamente). As outras duas capas são das categorias comida caseira cearense e comida árabe, já a capa estampada pelo prato do chef é um prato contemporâneo.

A associação de homens ao movimento “de volta às raízes” é cada vez mais frequente, e em seus discursos cada vez mais se percebe, entre linhas, a presença de uma figura feminina – vó, mãe, tia - que os ensinaram e motivaram a virarem grandes chefs. O que divide o “honrar as tradições” e o, simplesmente, se apropriar delas para ganhar fama e *glamour* é que cria um dualismo de interpretações entre o lugar das mulheres dentro do discurso dos homens na cozinha profissional, uma vez que a maioria desses chefs não contrata mulheres para sua cozinha ou quando contrata, as trata de forma desigual.

4. CONCLUSÕES

Com a pesquisa e o apoio da revisão bibliográfica realizada acerca do tema, percebeu-se que, apesar das mulheres estarem presentes na história da culinária desde os tempos mais remotos, e terem feito parte de um grande desenvolvimento e propagação dos saberes culinários através de livros, os homens se apropriaram destes saberes e com muita facilidade tomaram o lugar destinado culturalmente à mulheres, diminuindo o reconhecimento pelo trabalho que realizaram por séculos.

Por conseguinte, é possível concluir como a mídia ainda lança diferentes estereótipos ao seu público, e como há espaço para integrar mulheres em todas as edições, colunas e em suas capas de maneira justa. As mulheres estão presentes em todas as áreas da gastronomia, porém não são representadas nas revistas da forma como deveriam.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GHILARDI-LUCENA, Maria I.. **Estudos do gênero masculino: homens em revistas de culinária. Comunicação e Cidadania** - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação: Set. de 2007.

PRAZERES DA MESA. Maio de 2018. Ano 16 – nº 177. São Paulo. Editora 4 capas.

PRAZERES DA MESA. Novembro de 2018. Ano 16 – nº 183. São Paulo. Editora 4 capas.

PRAZERES DA MESA. Dezembro de 2018. Ano 16 – nº 184. São Paulo. Editora 4 capas.

SAVARIN, Brillat. **A fisiologia do gosto.** São Paulo. Companhia das Letras, 2ª edição. 1995.

SCAVONE, Naira. **“O Superchef e a Menina Prodígio”: as posições ocupadas pelos gêneros na gastronomia profissional** – Fazendo gênero 8 – corpo, violência e poder. Florianópolis: Ago. de 2008.