



## Espaço Alternativo

### A MÍDIA NA PÓS-MODERNIDADE: APELOS DA ORALIDADE

Roberto José Ramos<sup>1</sup>

**RESUMO:** A programação do canal pago, Globosat News Television (GNT) possui algumas particularidades. Apresenta 12 programas, voltados à Culinária. Tal realidade tem um cenário. É a Pós-Modernidade. Refletir sobre isso será um dos objetivos, trabalhados pelo presente artigo<sup>2</sup>, em suas possibilidades, através de uma abordagem qualitativa e transdisciplinar.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Palavra-chave; Palavra-chave.*

**ABSTRACT:** The programming of the paid channel, Globosat News Television (GNT) has some peculiarities. It presents 12 programs, focused on Cooking. Such reality has a scenario. It is Postmodernity. Reflecting on this will be one of the objectives, worked through this article, in its possibilities, through a qualitative and transdisciplinary approach.

**KEYWORDS:** *Media. Orality. Post-Modernity.*

---

<sup>1</sup> Professor titular dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação da FAMECOS - PUCRS. Autor dos livros: O Âncora e o Neoliberalismo: A Privatização do Sentido, Futebol: Ideologia do Poder, Grã-finos na Globo, Manipulação & Controle da Opinião Pública, entre outros. E-mail: rr@puers.br

<sup>2</sup> Projeto de Pesquisa, com Bolsa de Iniciação Científica, com colaboração da bolsista Franciele Ramme Campana.

## Introdução

Qualquer estudo, anotado pela cientificidade sobre a contemporaneidade, nas Ciências Humanas e Sociais, pode ser estruturado por uma *babel* de significantes. Um deles parece ser invariante: a Mídia. Pode legendar, com as suas peças impressas e eletrônicas, a imagem do real.

Freud (1996, p. 157) observou as características da Repressão no processo inconsciente. Disponibilizou, com pertinência, a palavra alemã, *Vorstellungsrepräsentanzen*, para identificá-la, como *representantes ideativos*, determinantes das questões ideológicas.

No seu retorno a Freud, Lacan (1998, p. 205) traduziu-a como *representante das representações*. Caracterizou, nesse sentido, a Repressão, como significante, ou seja, a fonte das significações. “Ele (1988, p. 227-225) salienta a hegemonia do significante, que entrega a noção de realidade ao homem, que, nela, se reconhece”. Ainda, complementa:

De fato, o significante, com o seu jogo e interesses, ou melhor, a sua insistência própria, intervém em todos os interesses do ser humano – por mais profundos, primitivos e elementares, que nós os suponhamos.

171

A Mídia, em sua pluralidade singular, pode ser um representante das representações. Dá forma. Engendra a imagem hegemônica, que dispomos da realidade. É o seu significante, em essência, e por excelência, ditando o que deve ser dito, como deve ser dito e o que deve ser silenciado.

No curso do século XX, a Mídia, impressa e eletrônica, protagonizou revoluções consensuais. Saiu do papel para o perfil eletrônico. Encontrou a simbiose ideal, ao se tornar parceira da evolução da Informática. Tornou mais tênues as fronteiras entre o virtual e o real.

As novas tecnologias espelham, com verossimilhança, o Narcisismo do homem. Ele conquistou onipresença e onisciência. Redesenhou os mapas. Reescreveu as distâncias geográficas e os limites do tempo. Divinizou-se, impondo a sua hegemonia aos pressupostos da natureza.

Parece ser o novo feudo do Poder pós-moderno<sup>3</sup>. Materializa uma personalidade, singularizada, de Organização. Produz e reproduz a infra-estrutura e a superestrutura, como uma moeda única, com um triplo Valor de Troca: econômico, cultural e ideológico.

O processo de Globalização não é interpretado, com o mínimo de veracidade, se não tocar na invariância midiática. Foi semeado pela homogeneização cultural, sob o signo da abrangência mundial dos espetáculos televisivos. Aí, sobretudo, se configurou o esboço de um perfil global do mundo.

Morin (2001) refere duas Globalizações. A primeira aconteceu, com as descobertas marítimas a partir do século XV. Novos países e continente foram inseridos aos mapas do mundo. A segunda é fruto do desenvolvimento da Mídia a partir do século XX, com a apropriação de novas tecnologias. Alterou as relações entre tempo e espaço, por intermédio do fluxo informativo.

O desenvolvimento das tecnologias comunicacionais reescrevem as relações sociais no final do século XX. Atribui um novo sentido às noções de tempo e de espaço. Derruba as fronteiras. Instala a onipresença. A Globalização é filha diletta da Mídia, sobretudo, através da sedução da Televisão. Nasceu, embrionariamente, dos espetáculos televisivos, espargindo as suas imagens pela pluralidade de cantos do mundo.

A Cable News Network (CNN), talvez, seja um ícone desta metamorfose. É uma emissora, a cabo, norte-americana, com audiência mundial. Transmite informações durante 24 horas por dia. Conquistou notoriedade, quando realizou, em 1991, a cobertura exclusiva da Guerra do Golfo Pérsico. Representa a imagem da Aldeia Global, profetizada por McLuhan (1969).

A Mídia, em suas diferentes peças, entre as quais a Televisão, pode significar uma das mais importantes instâncias de Poder. É um dos principais significantes das práticas ideológicas na contemporaneidade. Pluraliza-se, com desembaraço e sutileza, nos espaços públicos e privados.

---

<sup>3</sup> Pós-Modernidade: conjunção do arcaico com o tecnológico, conforme Maffesoli (1988).

O perfil empresarial permeia os modelos estatais e comerciais, mesmo com as variações de objetivos e de recursos. São unidades produtivas, inseridas nas relações de produção vigentes. Ainda que tenham diversificações, encontram-se voltadas para o mercado. Procuram universalizar os seus discursos, perseguindo a quantificação dos seus receptores.

Outra variável torna, gêmeos univitelinos, os modelos estatais e privados é a questão da propriedade. É um empreendimento, que envolve alta tecnologia. Reivindica a presença do grande capital, um investimento de poucos donos, de perfil monopolístico, em sua digital de concentração de renda.

Das cavernas à contemporaneidade, a necessidade de Comunicação, talvez, tenha se mantido invariante. Habitou a Oralidade, porém ganhou densidade e massificação, sobretudo, a partir da criação dos tipos móveis, por Johannes Gutenberg, em 1455, no Renascimento. A partir daí, a escrita se multiplicou e se democratizou, através de sua industrialização.

No século XIX, com o advento da II Revolução Industrial, as transformações se acentuam. Os produtos primários de consumo deixam de ser produzidos pelas mãos humanas. São gerados pelas máquinas, com maior velocidade de produção. O fluxo informativo se maximiza em termos mundiais, com as Agências Internacionais de Notícias.

A Mídia, impressa e eletrônica, parece ter um legado da II Revolução Industrial. É uma Organização, que busca superar as fronteiras do tempo e do espaço. As suas práticas estão revestidas de um caráter narcísico, que ganha fisionomia e imagem na dimensão presenteísta.

O GNT é um canal de televisão por assinatura brasileiro. Foi criado em 19 de outubro de 1991. Transmitem notícias. Em 2003, um novo posicionamento orientou seu foco para os assuntos de interesse do público feminino, com uma programação que contempla entretenimento e informação, sem perder a leveza na abordagem dos mais diversos temas, como comportamento, gastronomia, moda e sexo, em séries, documentários e filmes (gnt.globo.com, 14 de maio de 2016, p. 1, 9h)

Atualmente o canal trabalha com as temáticas de Casa, Beleza, Moda e Gastronomia. Realiza pesquisas em parceria com a ONU, que criaram a campanha Eles por elas, a fim de entender mais o público feminino e criar uma conscientização referente ao respeito as mulheres, os resultados das mesmas, podem ser encontrados no site do canal. Entre os temas abordados pelo canal a gastronomia tem seu destaque com o crescimento dos reality shows ligados ao preparo de doces e outros pratos (Ibidem.).

Estudamos a Mídia e a Pós-Modernidade, através dos discursos dos programas do GNT, A Cozinha Caseira, de Annabel, Bela Cozinha, Cozinha Prática, com Rita Lobo, Food Truck – A Batalha, Cozinheiros em ação, Jamie Olivier, Que Maravilha!, Que seja doce, Receitas da Carolina, Tempero de Família e Tempero Secreto – duas edições de cada programa.

A cozinha caseira de Annabel, com um visual deslumbrante dos Alpes suíços da Nova Zelândia, Annabel Langbein revela os segredos de sua cozinha orgânica e mostra como é fácil fazer boa comida nesse mundo agitado. Vale a pena acompanhar Annabel, quando ela sai para colher frutas frescas e legumes de sua própria horta e viaja para locais que são fonte dos melhores ingredientes da temporada. Depois da colheita ou das compras, ela retorna à cozinha de sua cabana simples no retiro da sua família à margem do lago, onde prepara um delicioso cardápio para compartilhar com amigos. Annabel também mostra truques úteis de cozinha e técnicas para poupar tempo que possibilitam você fazer uma deliciosa refeição sem ter de ficar o dia todo na cozinha. Cada episódio oferece receitas para uma deliciosa entrada, prato principal e sobremesa e mostra como é fácil preparar comida artesanal como um salmão defumado em casa, pães caseiros e queijo fresco (Ibidem., p. 2).

Annabel, enquanto coloca a forma no forno, olha para a câmera e explica “que a torta ficará com a parte de baixo crocante”, e na sequência acende a lenha com um fósforo. A apresentadora usa uma blusa roxa e calça jeans. A primeira cena ocorre em uma área externa onde vemos muitas áreas, temos um close na lenha que está “pegando” fogo. O plano vai ficando “esbranquiçada” e começamos a ver a próxima cena que é em uma cozinha. Todos os móveis são de madeira, estilo rústico, muitos closes nos objetos e ingredientes que estão sobre a mesa. Enquanto a câmera passeia sobre os ingredientes Annabel, vai ditando a receita.

Bela Cozinha, depois de cinco temporadas recheadas de pratos saborosos e saudáveis, Bela Gil vai mostrar que gastronomia não é só receita. E que *para o alimento ser saudável, além de fazer bem para nossa saúde, ele deve ser cultivado de maneira limpa, sem prejudicar o meio ambiente, e justa para produtores e consumidores*. Com uma cozinha itinerante, Bela viaja em busca dos ingredientes mais tradicionais da nossa culinária. O objetivo é mostrar o circuito do produto da semente na terra ao prato da sua casa, incentivar o consumo de produtos locais e ensinar receitas ainda mais saborosas. A cada parada, Bela interage com personagens locais como agricultores, produtores, feirantes, cozinheiros, *chefs* e outras figuras interessantes com muitas histórias para contar. Além disso, ela analisa do ponto de vista nutricional o ingrediente-chave de cada episódio nas suas diferentes formas de consumo. E tudo acaba, é claro, na cozinha (Ibidem, p.3).

O primeiro plano é de Bela onde vemos da altura do peito para cima, ela esta com um lenço na cabeça, colar de pedras amarelas, semelhante a sementes, porem grandes, e vestido branco com nuanças de azul claro de alça fina.

- Então para fazer a sopa vou começar refogando alho e cebola.

Temos o plano geral onde vemos a cozinha, com móveis em madeira clara, com diversos objetos coloridos, com predominância do vermelho e verde. Na bancada atrás de Bela temos um regador de flor de metal, duas pias. A apresentadora esta em pé em frente ao fogão, vemos somente de seu quadril para cima. Abre plano detalhe de sua mão com um acendedor, acendendo o fogão e ao fundo ouvimos sua voz: “Com um pouquinho de azeite”.

No fundo temos a trilha de Gilberto Gil, Bela, no plano temos a apresentadora de costas pegando um vidro de azeite e se virando para coloca na panela de alumínio, o plano está em  $\frac{3}{4}$ , quase de perfil. Abre plano onde vemos a apresentadora da cintura para cima levantando o vidro de óleo, na sequencia um plano mais fechado com o fundo desfocado e somente um fio de óleo caindo em foco, subindo a câmera vê a mão e por mim o rosto de Bela. Temos um plano geral onde ela coloca as cebolas na panela, na sequencia temos a imagem da boca da panela e o recipiente virada, já vazio.

Cozinha prática com Rita Lobo, na nova temporada Rita Lobo vai transformar o seu dia a dia em festa. A cada programa, ela prepara cardápios rápidos e fáceis para você chegar do trabalho e resolver o jantar em até meia hora. São refeições completas pra fazer brincando, com ingredientes que todo mundo tem na geladeira – ou, no máximo, mais um ou dois itens comprados no caminho. É ou não é motivo pra comemorar? Então escolha uma música animada e prepare deliciosos jantares completos se divertindo na cozinha(Ibidem.,p.4).

Depois de cinco temporadas de Cozinha Prática, tem muita gente cozinhando com tudo o que aprendeu no programa – mesmo que seja só durante o fim de semana. Agora é hora de chamar esses “novos cozinheiros” para o fogão durante a semana também.

Na sexta temporada, vamos mostrar que preparar o jantar do dia a dia, além de prático, pode ser muito divertido. Usando ingredientes básicos, que todo mundo costuma ter em casa, Rita Lobo vai ensinar o passo a passo de duas receitas (prato principal + acompanhamento ou prato principal + sobremesa) e elas vão compor um jantar completo por programa. A ideia é chegar do trabalho, escolher uma música animada e preparar uma refeição deliciosa em 30 minutos com o que tem na geladeira – ou comprando apenas um ou outro ingrediente extra, no caminho de casa. Cozinhar no dia a dia vai virar uma diversão! Formada em gastronomia nos EUA, Rita é autora de vários livros sobre o assunto e foi pioneira ao criar um site com receitas exclusivas para web (Ibidem, p. 5).

Cozinheiros em ação chega ao seu quarto ano com muitas novidades. Desta vez, cozinhar bem não é o suficiente para ganhar porque os participantes também têm que mostrar que estão à altura do sonho de liderar o seu próprio restaurante! Os 12 cozinheiros terão que provar que são os melhores organizando uma cozinha e planejando estratégias para satisfazerem clientes de verdade e especialistas gastronômicos, que vão chegar famintos por uma comida bem brasileira e bem apetitosa.

Olivier Anquier continua no comando do programa que, mais uma vez, promete uma temporada cheia de emoções, reviravoltas e, acima de tudo, de paixão pela cozinha!

No Programa Food Truck – A batalha, Márcio e Adolpho os apresentadores pegam a estrada, passando pelo litoral e interior, levando seus caminhões em busca de novos sabores. Da criação à produção de receitas, passando pelas compras até a venda direta ao público, a cada episódio eles ajudam dois cozinheiros a colocar o seu talento à serviço das esquinas e calçadas da cidade. Quem lucrar mais ganha o desafio e ainda fica com o dinheiro do oponente.

Uma temporada recheada de receitas criativas e ingredientes inusitados, em que os cozinheiros ficam “cara a cara” com o público. Ao fim dessa estrada, quem vai vencer essa batalha?

Jamie Olivier, O Food Fight Club é o lugar onde Jamie e Jimmy se unem, arregaçam as mangas e enfrentam seus maiores desafios alimentares. A partir de sua base no café em Southend Pier, os dois amigos de infância embarcam em aventuras culinárias por todo o continente, levando o melhor da comida britânica e competindo contra o melhor do resto da Europa. Travessos, irreverentes e com todo o conhecimento de comidas incríveis e loucas brincadeiras, esses rapazes provam nesta série que vale a pena lutar pela boa comida. As celebridades convidadas incluem Alan Carr, Jonathan Ross, Gary Barlow e Gwyneth Paltrow.

Que Maravilha! Com os famosos Claude e seu fiel escudeiro Batista recebem um vídeo com uma denúncia a respeito de alguém que é notoriamente “chato pra comer”. O desafio da dupla é “converter” estes chatos e, para isso, Claude terá que usar seus dotes culinários para criar um prato que será preparado especialmente para o denunciado enfrentar suas chatices alimentares.

O clã Troisgros revolucionou a gastronomia com a Nouvelle Cuisine, na França. Aqui no Brasil, Claude continuou revolucionando ao aliar nossos produtos tropicais à culinária de seu país de origem. Diversas vezes premiado com os títulos de Chef do Ano e Melhor Restaurante Francês, Troisgros e seus restaurantes Bistrô 66, CT Brasserie e Olympe, no Rio de Janeiro, são referências de alta gastronomia.

Que seja doce, a batalha mais doce do Brasil continua nas telas do GNT – e, nessa segunda temporada, só assistir já vai ser uma festa! A cada episódio, três confeitores tentarão reproduzir ou até inventar doces para algumas das celebrações mais típicas e

conhecidas do Brasil e do mundo. Eles terão que achar soluções e recorrer a toda a sua técnica e conhecimento para provarem que são o melhor no tema do dia, seja ele Despedida de Solteira, Natal, Halloween, Festas do Divino, Chá de Bebê, Círio de Nazaré ou muitos, muitos outros!

Em Receitas da Carolina, Carolina Ferraz abre sua cozinha para ensinar receitas simples e deliciosas que podem ser feitas a partir de ingredientes comuns encontrados em qualquer lar. Em um clima descontraído, nossa apresentadora ensinará como ser inventivo na gastronomia cotidiana. Abra o vinho, ligue o som e acompanhe a Carolina no fogão!

Na nova temporada de *Tempero de Família*, Rodrigo Hilbert volta à Santa Catarina para conhecer pequenos produtores e cozinhar pratos típicos da sua terra natal. Prepare-se para receitas deliciosas, preparadas com ingredientes frescos, saídos do quintal, sem intermediários!

A história começou cedo: desde pequeno, Rodrigo Hilbert se deliciava ao assistir à mãe e à avó preparando as comidas caseiras mais deliciosas de Santa Catarina. O gostinho pela culinária foi virando talento e Rodrigo rapidamente adaptou os ensinamentos à rotina movimentada da vida artística, muitas vezes ajustando as receitas com o que tinha na geladeira. Agora, ele abre o livro de receitas da família e ensina a preparar receitas deliciosas.

*Tempero Secreto* comandado pela ex-publicitária Cecília resolve usar de seus talentos marqueteiros para abrir um restaurante direcionado ao público *foodie*, cujo prato único é um frango ao molho de um tempero secreto, feito por sua avó, Maroca. Mas um acidente deixa sua avó em coma e, no desespero, Cecília acaba inventando um molho à base de sachê de macarrão instantâneo. Surpreendentemente, o molho é um sucesso. Agora, Cecília e sua equipe terão que sustentar a farsa do suposto “frango caseiro”, enquanto tentam descobrir a receita verdadeira.

## **Oralidade e Pós-Modernidade**

A programação do GNT simboliza uma casa, com uma particularidade. Apresenta uma cozinha superdimensionada em uma grande diversidade. Parece ser o

seu cenário preferido, com custo baixo e um público-alvo, ainda que segmentado, bastante expandido.

A cozinha é o espaço da oralidade, como pré-requisito da sobrevivência humana. Encontra-se conectada e é indissociável do primário. É a própria fisionomia do arcaico, que não está sozinho. Possui a companhia de todo um arcabouço tecnológico, de performance televisiva.

A conjunção do arcaico com a tecnologia tem, em Maffesoli (1988), um nome. É a Pós-Modernidade, com os seus apelos impulsivos emocionais. Traz o hibridismo, próprio do Barroco, e as hegemonias das imagens, do presente e viver e conviver, por intermédio do tribalismo.

O GNT impulsiona os apelos da Oralidade, através de 12 programas, espalhados na sua grade. Depois, constata que a obesidade é um grave problema contemporâneo de saúde pública. Tal Antítese – aproximação dos opostos, dos antagônicos – é uma das expressões do Barroco.

Por que tantos programas, com a mesma temática? Para responder a essa questão, precisamos lembrar o seu perfil de empresa capitalista. Move-se e é movida pela lógica econômica, comprometida pelo lucro, independente de qualquer outro fator, que assuma relevância.

São programas, em geral, que têm um baixo investimento de produção. Ampliam, ao mesmo tempo, a segmentação do público-alvo da emissora. A alimentação diz respeito a todos. A lógica econômica parece prevalecer em detrimento da qualidade de conteúdos e da superposição dos mesmos. A Cultura é mais uma mercadoria na vitrine televisiva, comprometida com a expansão do consumo.

Vale lembrar, neste sentido, de Adorno e Horkheimer (1987, p. 113-135). Eles observam que os meios de comunicação estão comprometidos com a “produção, a circulação e o consumo”. É o trinômio de qualquer empresa capitalista, porém com uma singularidade. Possuem uma mercadoria especial. É a Ideologia, concebida como “negócio”.

Portanto, os 12 programas, sobrepostos, comprometidos com a Oralidade, são normais. Inscrevem-se na rubrica da Pós-Modernidade. Não existe estímulo à

obesidade, que não é problema de saúde público, nem dramas éticos. O essencial é que o GNT está faturando. Assim sendo, todos só podem estar bem...

### **Referências**

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento** – fragmentos filosóficos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

FREUD, Sigmund. **Totem e Tabu**, Obras Completas, v. XIII. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

LACAN, Jacques. Os **Quatro Conceitos Fundamentais da Psicanálise**, O Seminário, livro 11. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MAFFESOLI, Michel. **O Conhecimento Comum** — Compêndio de Sociologia Compreensiva. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MORIN, Edgar. **As duas Globalizações** – Complexidade e Comunicação, uma pedagogia do presente. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

### **Outra Fonte:**

GNT – [www.gnt.globo.com](http://www.gnt.globo.com), 14 de maio de 2016, 9h.