

A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA MULHER NA COZINHA DO *MASTERCHEF* BRASIL

Yasmim da Fonseca Wagner (UENF)

yasmimfpaes@hotmail.com

Aline das Graças Monteiro Miranda Barros (UENF)

alinegmmiranda27@gmail.com

Rafaela Sepulveda Aleixo Lima (UENF)

rafaelasepulveda@gmail.com

RESUMO

O presente artigo tem como principal objetivo analisar a (des)naturalização da representação social da mulher na cozinha do *MasterChef* Brasil Profissionais (2016). Primeiramente, uma pesquisa de cunho bibliográfico foi realizada com o intuito de tecer a trama teórica que subjaz a pesquisa. O poder simbólico, que reside nas relações dos sistemas simbólicos e se consolida mediante o poder das palavras, caracteriza a cozinha como um espaço cultural e discursivo de lutas entre a dominação/subversão. Através da naturalização do *habitus*, as posições sociais de homens e mulheres na cozinha são estereotipadas em que a estas são relegadas o espaço subalterno na gastronomia ou o espaço privado da culinária e àqueles, o lugar de prestígio e reconhecimento. É preciso entender como a culinária e gastronomia foram se distinguindo cultural e socialmente e, conseqüentemente, estereotipando as representações sociais em seu interior. Após conceituar o programa de competição culinária *MasterChef* como um *talent show* fragmentos do corpus (*MasterChef* Brasil Profissionais, 2016) foram analisados por meio de uma análise qualitativa de conteúdos. A partir dessa análise pode-se identificar a postura sexista dos participantes ao longo da temporada e perceber que tal postura é reflexo da historicidade e da própria concepção dos moldes da cozinha profissional.

Palavras-chave:

Mulher. *MasterChef*. Representação social.

ABSTRACT

The main goal of this article is to analyze the (de)naturalization of women's social representation in the kitchen of *MasterChef* Brasil Profissionais (2016). First of all, a bibliographic research was carried out in order to weave the theoretical plot that underlies this research. The symbolic power, in which resides the relations of symbolic systems and is consolidated through the power of words, characterizes the kitchen as a cultural and discursive space of struggles between domination/subversion. Through the naturalization of the *habitus*, men's and women's social positions in the kitchen are stereotyped: women are relegated to the subordinate space in the gastronomy or the private space of the culinary while men occupies a place of prestige and recognition. It is necessary to understand how culinary and gastronomy have been culturally and socially distinguished and, consequently, it stereotypes social representations. After conceptualizing *MasterChef* culinary competition program as a talent show fragments of

the corpus (MasterChef Brasil Profissionais, 2016) were analyzed through a qualitative analysis of contents. From this analysis it can be identified the sexist posture of the participants throughout the season and realize that such posture is a reflection of historicity and the very conception of the molds of professional cuisine.

Keywords:

Women. Masterchef. Social Representation.

1. Considerações iniciais

A dinâmica da contemporaneidade mantém aberto o diálogo que articula, rearticula e desarticula os repertórios culturais das identidades e dos espaços sociais através das tradições e traduções culturais (BHABHA, 1998). Nestes espaços de enunciação, discurso e diferença os domínios de representação constituem o campo do poder segundo os quais os sujeitos são formados. O discurso como prática social inscreve esse sujeito na/pela linguagem e relaciona-o à sua exterioridade estabelecendo (inter)relações entre o linguístico, o social e o cultura na língua(gem).

Segundo Pierre Bourdieu (1989, p. 183), “a força de um discurso depende menos de suas propriedades intrínsecas do que da força mobilizadora que ele exerce.” Aquilo que é enunciado, dito não é apenas uma mensagem a ser decodificada, mas efeitos de sentido que deixam rastros por onde passam (ORLANDI, 2009) e são esses rastros exteriores, não neutros e simbólicos que devem ser investigados a fim de apreender a força do discurso de criar realidades por meio de poder simbólico (BOURDIEU, 1989). Esse poder é essa força invisível que estabelece uma percepção imediata de mundo social e que só pode ser reconhecido se reconhecido.

Esse reconhecimento se dá nas relações entre aqueles que o exercem e os que lhe são sujeitos. A autoridade sobre a qual se baseia sua eficácia performativa é a autoridade encarnada que “(...) impõe a si mesmo oficialmente, perante todos e em nome de todos, o consenso sobre o sentido do mundo social que funda o senso comum” (BOURDIEU, 2008, p. 82). Sistemas simbólicos (como a língua, a cozinha em seus aspectos culturais e sociais, os meios de comunicação) só podem exercer poder porque são estruturados e essa estruturação é feita por meio do poder simbólico.

O ato de comer envolve todo um processo de escolha, seleção do alimento, significados e outros. E segundo Canesqui & Garcia (2005), todos os alimentos para serem considerados, passam por todas essas

etapas, são preferidos por alguém e sobre outros alimentos, são separados e processados por um cozinheiro que utiliza de técnicas e etapas em seu preparo que são características de uma determinada cultura, e que através daquele prato, se faz presente.

2. O poder simbólico e naturalização do habitus: suas (inter)relações

Os símbolos são instrumentos de interação social que possibilitam alcançar um consenso acerca do sentido do mundo social, contribuindo para a reprodução da ordem social. Sobre poder simbólico: “é o poder de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão de mundo, e deste modo, a ação sobre o mundo e, portanto, o mundo” (BOURDIEU, 1989, p. 14). Ele se consolida no poder das palavras e na crença da legitimidade daqueles que a pronunciam.

O poder simbólico tem a força de produzir efeitos reais de violência simbólica através da linguagem e “(...) e do tipo de elocução, de um estilo – uma disposição ou um comportamento convencional – que interpela e constitui a um sujeito” (BUTLER, 2003, p. 17; BUTLER, 2007, p. 128). A cozinha como um sistema simbólico (e instrumento de poder simbólico) é resultado de lutas por poder simbólico, reproduzindo relações sociais por meio da (re)produção ideológica das classes sociais dominantes.

A cozinha é, pois, um lugar de intersecção entre diferentes campos. As estratégias discursivas adotadas pelos sujeitos dependem das relações de força entre as posições que os sujeitos assumem dentro de diferentes campos de lutas simbólicas mantendo a ordem social ali estabelecidas, ou subvertendo-as. O conhecimento adquirido e o capital simbólico ali existentes são denominados *habitus* (BOURDIEU, 1989) que é a dimensão corporal da *hêxis* como o funcionamento sistemático do corpo socializado.

O habitus é o conjunto de capitais simbólicos – imateriais e intangíveis – formado pela soma das relações entre os sujeitos (aspecto social), conhecimentos, ideologias, valores de aspecto cultural. É o conjunto de práticas sociais incorporadas pela experiência subjetiva legitimando posições e impactando as relações a modo de dominação tácita (BOURDIEU, 1989; 2002). Isso demonstra sua capacidade de estabelecer divisões e classificações dentro dos sistemas simbólicos endossando a vio-

lência (simbólica) existente na reprodução social da linguagem, da cultura e na representação dos próprios sujeitos.

A *hélix* corporal (postura, comportamento, relação com o corpo) existente no *habitus* naturalizam as diferenças entre homens e mulheres nos espaços sociais e discursivos. A naturalização é, portanto, uma estratégia representacional de assegurar o fechamento discursivo e sociológico interpelando os sujeitos a assumirem seus “lugares naturais” na cozinha, fixando conjunturas históricas pré-estabelecidas e recusando as diferenças. Se essas diferenças são socialmente/ culturalmente instituídas, elas estão sujeitas à modificação, mas se são naturais, elas se transformam em artifícios fixos e permanentes.

3. A representação social da mulher no lócus da cozinha: um espaço de luta

Para Montanari (2004), comida se tornou também cultura, quando foi descoberto o fogo e as transformações em que os alimentos passavam mediante expostos ao seu uso, pois o fogo trouxe o sabor que o alimento precisava representar quando fosse ingerido, e a representação de laços afetivos ao reunir todos a sua volta para apreciar o processo de transformação em que esse alimento está se desenvolvendo mediante o fogo. E todos esses processos, se tornaram uma forma cultural que envolvem a transformação e a reinterpretação da natureza, mediante o homem.

O autor Montanari, traz uma reflexão sobre o ato de escolha dos alimentos bastante pertinente, sendo ela:

Comida é cultura quando consumida, porque o homem, embora podendo comer de tudo, ou talvez justamente por isso, na verdade não come qualquer coisa, mas escolhe a própria comida, com critérios ligados tanto às dimensões econômicas e nutricionais do gesto quanto aos valores simbólicos de que a própria comida se reveste. Por meio de tais percursos, a comida se apresenta como elemento decisivo da identidade humana e como um dos mais eficazes instrumentos para comunicá-la. (MONTANARI, 2004, p. 16)

O trabalho doméstico sempre esteve presente na história feminina, desde o passado, onde as mulheres brancas e senhoras de famílias ricas, eram as que comandavam toda a estrutura da família, observando os seus escravos a cozinhareem, dando-lhes ordens de como fazer o serviço, como realizar as atividades que deixassem o ambiente harmonioso para toda a família. Em seguida temos as senhoras negras, que sempre foram consi-

deradas como “empregadas”, aquela que lava e passa para fora, a fim de prover o financeiro para sua família e em ainda sim, era responsável pela limpeza de sua casa e da organização de sua família.

Cascudo (2004), afirma que a primeira cozinheira do Brasil foi a mulher indígena, pois, na era colonial, o trabalho na cozinha foi transferido para as negras africanas, que vinham escravizadas para exercer essa função nos engenhos e principalmente nas casas dos senhores. No final do século XIX, com a abolição da escravidão, muitas mulheres negras não tiveram sua liberdade completamente conquistada, comprando-a através do seu trabalho na cozinha e da expansão do comércio de alimentos. Nesse sentido, a ocupação de vendedora ambulante nas praças, se tornou conhecido como as negras do tabuleiro.

Segundo, Lewkowicz, Gutierrez e Florentino (2008), o trabalho remunerado feminino, veio através da cozinha, e é justificado mediante as habilidades que foram historicamente atribuídas as mulheres, como: o cuidar da casa durante tempo integral, o preparo dos alimentos que foram influenciados pelas senhoras portuguesas, a pluralidade dos sabores que vinham das misturas dos ingredientes que foram explorados pelos portugueses, pelos indígenas e pelos africanos. E foi assim, que as mulheres construíram suas bagagens na culinária do lar e transformaram em seus sustentos.

A partir de então, muitas famílias passaram a ser chefiadas por mulheres, que através da cozinha e dos afazeres domésticos, garantiam renda familiar. O sustento vinha de trabalhos esporádicos domésticos, como empregada em algumas casas, como cozinheiras profissionais em alguns locais, ou até mesmo exercido do próprio ambiente familiar, através das encomendas de doces e salgados. Inclusive, nos anos 80, alguns cursos de culinária eram oferecidos em algumas residências como uma forma de ocupação das donas de casa, que necessitavam aprender algo, ou até mesmo se ocupar.

A cozinha é um ambiente árduo, não apenas fisicamente, mas também psicologicamente. Segundo Borba (2015) a cozinha é organizada de uma forma hierárquica e militar, o trabalho realizado é extenuante, são longas jornadas de trabalho, que necessitam de muita dedicação e esforço dos empregados. Para a autora, o capitalismo serve como uma forma de mudar a visão da alimentação. O ramo da gastronomia tem a sua forma de trabalhar alterada, assim modificando toda a organização do mercado.

Auguste Escoffier, considerado “pai da gastronomia”, aquele que definiu as divisões da cozinha profissional, em seu discurso reproduzido no “Annual Reporto of the Universal Food and Cookery Association”, em 1985, com o título “Why Men Make the Best Cooks” o mesmo declara que:

“Não é porque o homem seja mais epicurista do que a mulher [...] O que acontece é que o homem é mais rigoroso no seu trabalho, e o rigor está na raiz de tudo o que é bom, como em tudo o mais. Um homem é mais atento sobre os vários detalhes que são necessários para produzir um prato verdadeiramente perfeito... Para ele nenhum detalhe é mais importante do que outro. Uma mulher, por outro lado, irá trabalhar com o que tem à mão. Isso é muito agradável e generoso de sua parte, sem dúvida, mas eventualmente estraga a sua comida e o prato não será um sucesso. Uma das principais faltas de uma mulher é sua ausência de atenção aos menores detalhes – a quantidade exata de especiarias, o condimento mais adequado a cada prato; e essa é uma das principais razões pelas quais seus pratos parecem pálidos diante daqueles dos homens, que fazem os pratos mais adequados a cada ocasião.”

Enquanto a cozinha doméstica foi constituída como um espaço feminino, a profissional tem seu valor reconhecido e reforçado pela mídia. A figura feminina é expressiva em restaurantes e cozinhas profissionais, porém, a posição por elas ocupadas e a forma como a elas se referem evidencia as desigualdades existentes já que majoritariamente o sexo masculino domina as cozinhas profissionais (COLAÇO-LEICHT, 2012; GHILARDI-LUCENA, 2012). Foi apenas na década de 1990 que as mulheres passaram a ocupar espaços na cozinha profissional o que explica o sexismo e preconceito existente contra as mulheres nesse espaço.

O poder simbólico existente nas relações de comunicação, de produção e circulação de programas de televisão, mais especificamente *reality shows*, como o *MasterChef* Brasil ritualizam e instituem discursivamente o ato de cozinhar, o espaço cultural da cozinha e as posições dos sujeitos nesse universo. Pensar a cultura é pensar uma matriz de inteligibilidade que marca o gênero e os processos de identificação. Aquele (gênero) é aqui concebido como um ato performativo de reencenação e rearticulação da subjetividade enredada pelas dimensões experienciais, discursivas e sociológicas (BUTLER, 2003, 2007).

A noção binária de masculino e feminino é excludente justamente porque reduz a mulher a uma comparação subalterna revelando condições coercitivas e reguladoras da própria construção. Dentro desse sistema binário, a mulher é entendida como uma simples negação do Outro, sempre masculino, e esta masculinidade (normalidade) define a mulher

(diferença) onde “(...) ele é o sujeito, ele é Absoluto: ela é o Outro” (BE-AUVOIR, 1977 [1949], p. 16). A dominação masculina é mascarada pela “normalidade” através da naturalização e transforma o feminino como lugar de resignação e do silêncio.

Pensar as representações dentro dos sistemas simbólicos é pensar na forma como os sujeitos integram algo físico, real a algo que não lhes são comuns tornando o que era abstrato em algo concreto. As representações sociais “são uma forma específica de conhecimento, o saber do senso comum, cujos conteúdos manifestam a operação de processos generativos e funcionais socialmente marcados” (JODELET, 2009, p. 28). Sendo um conceito criado por Emille Durkheim as representações sociais designam uma forma de pensar e interpretar a realidade social e passam pelo processo de construção seletiva, esquematização estruturante e naturalização.

As representações sociais dão sentido e orientam a construção social da realidade (FRANCO, 2004; JODELET, 2009) possuindo um caráter imagético, simbólico e significante. Elas são resultado das relações sociais entre as pessoas mediadas pelas imagens constituindo a essência do imaginário, que é a forma como as pessoas percebem a realidade. Logo, a imagem da mulher dentro de *reality shows* de competição se dá não por aquilo que é imediatamente dado no suporte material (dito, explícito), mas por algo que não é dado por esse suporte (não-dito, implícito) no lócus cultural.

O dito não é, pois, um evento momentâneo, mas uma condensação de iterabilidade com o não dito. Essa natureza dialógica nunca é completamente acabada e (re)significa os discursos e (re)posiciona os sujeitos nas interações sociais. Esses elos são conceituados por Maingueneau (1997) como interdiscurso: um processo de reconfiguração na qual uma formação discursiva se redefine e reposiciona suscitando seus próprios elementos para organizar sua petição e provocar um “apagamento” da mesma. Trabalhar com esse conceito implica reinscrever um discurso em outro, localizando-o no espaço de trocas entre o pré-estabelecido e a linearidade do discurso.

O ato de não aceitar as projeções estereotípicas como representação verossímil da realidade e contrapor-se ao aqui-agora envolve uma atividade de conhecimento/recusa da dominação recusando o lugar da mulher na cozinha como um espelho da Natureza e revelar o dito/ não-dito e o ideológico existentes na formação discursiva em que ela se situa.

Como afirma Bourdieu (1989) o mundo social e suas divisões sociais são arbitrariamente construídas sendo incorporadas nos corpos e *habitus* dos sujeitos assim como refletidas na cozinha e nos ambientes competitivos.

4. *Masterchef: da ficção à realidade, da realidade à ficção*

A televisão, como instrumento de poder simbólico, tem como objetivo criar e manter vínculos com seu público e uma estratégia, que segundo Rocha, é “(...) transmitir a realidade ao mostrar gente como a gente, o nosso cotidiano” (ROCHA, 2009, p. 1). Essa estratégia é chamada de *reality tv*, que em sua essência é “conferir protagonismo ao mundo real, atenuando ao máximo os limites existentes entre o mundo vivido e o mundo midiático” (HABCKOST, 2017, p. 27). Assim, mostrar a realidade na TV é uma forma de projetar o cotidiano e “entrar” na casa dos telespectadores transpondo suas realidades e materializando-a socialmente.

Um dos formatos de *reality TV* é o tão conhecido *reality shows*, que dialoga com outros formatos e sistemas de comunicação e pode ser replicado (GIL, 2008). Alguns *realities* privilegiam a informação, outros o entretenimento, porém, segundo Rocha (2009) no caso do *MasterChef* Brasil essas duas vertentes caminham juntas formando o que se denomina infoentretenimento. Uns dos principais fatores atribuídos ao sucesso dos *reality shows* é o voyeurismo midiático cuja atitude refere-se a têm “(...) vontade de entrever pelos vãos das cortinas, olhar pelas frestas de portas e janelas, observar a vida alheia através do buraco da fechadura” (ROCHA, 2009, p. 3).

O *MasterChef* pode ser definido como um *talent show* porque possui certas características do gênero *reality* como a replicação em diversos países, a lógica do jogo e a participação de competidores anônimos. Segundo Marquioni e Andacht (2016a, p. 8) o *MasterChef* apresenta “(...) genuínas habilidades culinárias (*talent*) com o comportamento programado e esperável do gênero telerrealidade (*reality*)” (MARQUIONI; ANDACHT, 2016a, p. 8) incorporando uma mistura entre ficção e realidade, embora os participantes não sejam atores desempenhando papéis, os programas criam narrativas e, conseqüentemente, personagens por meio de montagem e edição.

Diferente de outros programas de competição, como *Big Brother Brasil* (2001-Presente, Globo) e *American Idol* (2002 - presente, FOX), o

público não participa de quem vencerá cada etapa ou ganhará a competição. O que aponta para a importância dos laços criados com os espectadores a partir da trajetória dos participantes, das provas e dos jurados. É na aplicação dos elementos tradicionais de *reality shows* que o programa cria uma relação entre o público e os personagens através do tempero narrativo, ou seja, “as restrições que deixam as provas mais complexas; da dimensão sonora; da interatividade; e do aspecto semiótico” (MARQUIONI; ANDACHT, 2016b, p. 8).

O *MasterChef* estreou no Reino Unido em julho de 1990 e foi produzido para a BBC One pelo produtor de cinema e documentarista Franc Roddam. Através de disputas culinárias o objetivo é encontrar o melhor cozinheiro. O *MasterChef* Brasil lançou sua primeira edição em setembro de 2014, transmitida pela Rede Bandeirantes que já produziu o programa sete edições do programa. Gravado em São Paulo e com duração de aproximadamente duas horas, o programa é apresentado pela jornalista Ana Paula Padrão e tem como corpo de jurados o chef brasileiro Henrique Fogaça, a chef argentina Paola Carosella e o chef francês Erick Jacquin. Além das edições regulares, o *Masterchef* Profissionais tem três temporadas com participantes profissionais (2016; 2017; 2018).

A estrutura do programa divide-se em quatro partes: a primeira diz respeito ao processo de seleção dos participantes por parte da equipe do programa e posterior seleção dos jurados; a segunda, às provas (em equipe ou individual) realizadas entre os competidores e à prova de eliminação; a terceira, à prova de repescagem; e a quarta diz respeito à grande final do programa que define quem é o vencedor da temporada.

O programa é composto de “(...) grandes bancadas, dispostas paralelamente umas às outras, destinadas aos participantes e de dois pequenos palcos, um destinado à apresentadora e outro aos jurados” (BECKER, 2016, p. 27). Além desse ambiente, há também um mezanino para os vencedores da primeira fase da competição. Há a cozinha do programa, um mercado e um restaurante. O mercado é utilizado em quase todos os episódios e, na maioria dos casos, os participantes podem obter todos os ingredientes que serão utilizados na degustação em no máximo três minutos.

O *MasterChef* não é transmitido ao vivo, mas a narrativa do programa é desenvolvida de tal modo que leva o telespectador a interagir com o programa através de redes sociais em tempo real. Uma característica muito particular do *MasterChef* Brasil é que a apresentadora Ana Paula

Padrão sobe ao mezanino para conversar com os participantes classifica-dos afim de instigá-los e mostrá-los ao telespectador. Após observar com mais detalhes as características do *MasterChef* Brasil, percebe-se que o *talento show* tem características híbridas do gênero *reality* e *talento shows* tecendo caminhos da realidade (participantes, seus talentos e habilidade) e da ficção ao criar narrativas e histórias transformando seus participantes em personagens.

Esses personagens (representações sociais) tem o poder de aderir ao público e suscitar discussões que existem dentro das diversas realidades sociais. O fato de o programa ser veiculado pela *social TV* (televisão associada à plataforma *Youtube*) e pela rede televisiva aberta de abrangência nacional (Rede Bandeirantes); e movimentar as redes sociais (principalmente *Twitter*) explica e ao mesmo tempo fomenta ainda mais sua abrangência e popularidade.

5. *Discussão analítica*

O objeto de estudo dessa pesquisa é a primeira temporada de *MasterChef* Profissionais (2016) alvo de polêmica, discussão e reflexão acerca do machismo dentro e fora da cozinha com o objetivo de analisar a (des)naturalização da representação social da mulher na cozinha profissional. O corpus se delimita à fala dos participantes ao longo da edição e em um programa de entrevista denominado “A Reunião: Lavando a louça suja” realizado com os participantes da edição após o fim da temporada.

A cozinha do cotidiano não está fadada a pertencer às mulheres, logo não cabe aqui colocá-la como vilã dos domínios de representação. “Cada hábito alimentar compõe um minúsculo cruzamento de histórias no invisível cotidiano.”¹⁰⁵. O *habitus* empilha um conjunto de gestos e ritos em torno da cozinha doméstica naturalizando-a (erroneamente) como um espaço relegado exclusivamente às mulheres sob um sistema silencioso e repetitivo que cristaliza percepções sociais e coloca as mulheres em um nível de invisibilidade cultural e não reconhecimento social em suas ocupações.

No primeiro episódio, Dayse Paparoto diz que iria competir com seu ex-chefe Ivo Lopes com quem trabalhou no restaurante Due Couchi.

¹⁰⁵ Referência à expressão citada no prefácio de Paul LEULLIOT em Guy THUILLIER, *Por une histoire du quotidien au XIX siècle* em Nivernais, Paris e Haia, Mouton, 1977. p. 12.

Neste mesmo episódio dentre os três participantes que foram para prova de eliminação, uma delas, a participante Izadora Dantas, diz “os meus concorrentes são muito fortes, além de que eu sou a única mulher.” (Observatório da televisão, 2016). Essa frase demonstra como a noção de sexo impõe uma relação superficial entre homens e mulheres. Embora existam traços biológicos que compõem a *héxis* corporal de ambos, a força ao qual a participante se refere é uma força simbólica naturalmente atribuída aos homens em função da sexualidade.

Os atributos biológicos não são características inerentes à subjetividade, logo justificar que ser homem (biologicamente) é sinônimo de possuir força é subordinar à noção de gênero a uma hegemonia heterossexual normativa. Essa naturalização do sexo como justificativa para estabelecer posições sociais sujeita o *habitus* projetando-o como um produto dos espaços de poder-saber. Esses sujeitos sexuais acabam por possibilitar a existência dos corpos e das representações sociais mantendo o *status quo* que emoldura o corpo e fixa seu lugar.

Um momento curioso da trama ocorre quando a *Chef* Paola Carosella chama atenção do participante João Lima acerca da preparação incorreta de uma sobremesa e o mesmo riu e não acatou as orientações da chef. Após perceber tal reação, a chef disse: “Quando eu estiver falando, você me escuta. O dia que você comandar um restaurante você vai deixar as pessoas falarem desse jeito com você?” (Observatório da televisão, 2016). A dominação masculina é mascarada pela “normalidade” e transforma o feminino como lugar de aprendizado da resignação e do silêncio.

O fato dele ignorar o que é dito pela *chef* assim como virar as costas para ela em sequência demonstra o modo como o homem encara a mulher que está em uma posição de autoridade dentro da cozinha. Isso é fruto de imposições e dominação simbólicas em que as “as mulheres são submetidas a um trabalho de socialização que tende a diminuí-las, a negá-las da representação dominante, perfeitamente de acordo com os interesses masculinos” (BOURDIEU, 2002, p. 157). O silêncio, o não-dito aqui refere-se ao não-reconhecimento da mulher dentro da cozinha profissional.

Neste mesmo episódio, Ivo Lopes e Dário Costa foram convidados a auxiliar outros participantes a terminarem seus pratos. Ivo Lopes assumiu a bancada de Izadora Dantes e passou a dar ordens à participante. Essa postura reflete exatamente a atitude de autoridade simbólica - institucionalmente instituída e socialmente reconhecida - de homens

dentro da cozinha. Isso responde à memória cultural de que a culinária é relegada à mulher e a gastronomia, aos homens já que a profissionalização da cozinha e o fato de as mulheres não terem acesso a atividades de esferas públicas e profissionalização até mais especificamente a década de 1960.

Nesta década com a Política de Identidade (HALL, 2006) abre-se à contestação a distinção entre público x privado, interno x externo e à possibilidade de as mulheres subverterem essa lógica e atuarem em outras esferas. A participante Izadora ao ser questionada sobre a postura de Ivo responde: “Ele teve uma atitude horripilante comigo. (...) Me senti completamente desrespeitada” (Observatório da televisão, 2016). O fato de a mulher exprimir-se emocionalmente ou revelar aquilo que a ofende é encarado pela sociedade como fragilidade pelos sistemas simbólicos a fim de transformar a mulher num corpo dócil. Isso pode ser constatado pela fala de Ivo: “Trabalhar com mulher na cozinha é um pouco mais delicado, elas são mais frágeis” (Observatório da televisão, 2016).

No sétimo episódio, os participantes foram divididos em duas equipes, uma dessas equipes (azul) foi composta de João Lima, Fádía Cheaito e Marcelo Verde. Ao ser escolhida para cortar pedaços de carne, João comentou “Não é cavalheiresco usar a Fádía para cortar o cordeiro com esse bracinho raquíptico dela” (Observatório da televisão, 2016). Essa fala refrata a realidade que lhe é exterior: a estereotipação da mulher como sexo frágil baseando-se em sistemas arbitrários de representação. Com ironia ele utilizou as palavras “cavalheiresco” e “bracinho raquíptico” a fim de menosprezar a habilidade da participante, que já trabalhou em açougue.

A outra equipe (vermelha) composta por Ivo, Dayse e Dário não ouviram os avisos de Dayse e realizaram o corte do cordeiro errado. “Eles falam que estão trabalhando em grupo, mas a todo o momento, você se sente de lado” (Observatório da televisão, 2016). Aqui é revelado uma narrativa do silêncio e da opressão aos quais as mulheres são submetidas por meio de um *habitus* linguístico compreendido como “(...) um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações” (BOURDIEU, 1983, p. 65).

O caráter pragmático do exercício da voz envolve o não-dito, os fios ideológicos que subjazem o interdiscurso. A cozinha como formação discursiva circunscreve a zona do dizível legítimo e oculta o seu Outro.

A voz que não está sendo ouvida não é a voz de um indivíduo, mas um sujeito social que está localizado no interior de interseções identitárias e discursivas. A manutenção ou redimensionamento dos posicionamentos no discurso litigiam a condição de discurso legítimo impedindo a participante de retrucar ou rebater objetivamente a situação em que está inserida, embora ela tenha consciência de sua posição.

Após a avaliação dos jurados e a reposta de que haviam realizado o corte errado, Dário afirma que “Por ironia do destino, a Dayse tinha entendido sobre o pernil” (Observatório da televisão, 2016). O descaso com as competências e habilidades da participante é resultado da incorporação da dominação masculina, fruto de imposições simbólicas que tendem a diminuir e negar o espaço social e cultural das mulheres dentro dos ambientes competitivos e gastronômicos. O determinismo biológico implícito no uso de termos como sexo ou diferença sexual é rejeitado.

Durante a realização da prova Dayse questionou Ivo e insistiu que gostaria de realizar parte das tarefas relativas à cozinha: “Você quer fazer o legume, o cordeiro, o tomate, quer fazer tudo”, mas o participante logo respondeu: “Pega uma vassoura e varre o chão, então” (Observatório da televisão, 2016). O fato de as tarefas domésticas serem consideradas atividades de menor importância por muitos homens reflete a divisão sexual do trabalho dentro e fora da cozinha. As desigualdades entre homens e mulheres não são naturais, mas construídas por meio de arranjos políticos, sociais e culturais.

As forças de amoldamento entre as sustentações objetivas do mundo e as estruturas de percepção/apreciação só são exercidas se reconhecidas. Cumprindo seus efeitos através da naturalização, o fato da participante se silenciar mediante tal atitude revela o poder das palavras; além disso, o fato dela as considerar comuns reverbera a crença na legitimidade daquele que as pronuncia (poder simbólico) e no poder por ele exercido. A visão do gênero feminino e masculino revela julgamentos culturais dos papéis sociais dos sexos e seus símbolos historicamente instituídos na cozinha.

No oitavo episódio, Dayse venceu o primeiro desafio e Marcelo não escondeu sua insatisfação com o resultado, utilizando palavras de baixo calão ao se referir à competidora. A linguagem de ódio não é interpretada como um evento momentâneo, mas como “uma rede de horizontes temporais” (BUTLER, 2003, p. 35) que se caracteriza pela imposição de certa periculosidade a minorias e aos seus opositores. Alimentando

situações de violência e justificando ações extremistas caracterizadas pela rejeição aos valores éticos fundamentais, a temporalidade do ato de fala possibilita remontar às origens desse sentido expresso na linguagem.

A linguagem, quando fere, está investida de uma agência capaz de atuar contra indivíduos. A “linguagem da injúria” nos leva a pensar sobre as palavras que ferem, seu sentido e representação social. A própria palavra de insulto insere o sujeito interpelado na linguagem, ou abre “uma certa possibilidade de existência social, se inicia àquele na vida temporal da linguagem.” (BUTLER, 2003, p. 17) .A linguagem preserva o corpo ao trazê-lo a uma existência social, real, cujos danos linguísticos, como danos físicos (medo, terror), constituem tanto a existência dos corpos quanto das vulnerabilidades linguísticas e físicas além das possibilidades que se abrem a partir do ato da fala de ódio.

“Se a linguagem de ódio atua de uma forma ilocucionária, ferindo através de e no mesmo momento da fala, e constituindo ao sujeito através desta ferida, então poderíamos dizer que a linguagem de ódio exerce uma função interpelativa” (BUTLER, 2003, p. 43). Esta interpelação sobre o sujeito se dá por uma voz anterior, ritualística, uma vez que alguns enunciados, quando expressos por ocupantes de posições de poder, tem o efeito de re-subordinar os que já são subordinados, ou de reproduzir o *status quo* de dominação/subordinação (BUTLER, 2007, p. 128).

Dirigir-se a um é reconhecê-lo. Ao competir pela vaga na semi-final, Dayse afirma “eu acho que na cabeça de um homem ir pra final com um homem, ok, mas ir pra final com uma mulher, a possibilidade de perder para uma mulher, acho que pega pra eles, fica meio vergonhoso pra eles” (Observatório da televisão, 2016). A qualidade de ser reconhecível pressupõe a possibilidade de ser reconhecido. O não reconhecimento da representação e da posição social da participante – e das Mulheres – é um ato de violência simbólica que monopoliza a figura do homem na gastronomia e marginaliza, a mulher.

Os participantes chegaram a duvidar da qualidade do prato da participante questionando sua competência como chef “ainda bem que ele experimentou, vocês nunca acreditariam em mim” (Observatório da televisão, 2016). A tentativa de vulnerabilizar a Mulher associada ao *habitus* e construída a partir do insulto é uma espécie de violação do “lugar do Outro” que remete tanto à dor física quanto ao assalto verbal. Ao ser perguntado sobre quem deveria ir para a final, Marcelo respon-

deu: “Eu quero derrubar ela de qualquer jeito. Eu acho que a final tem que ser entre eu e o Dário” (Observatório da televisão, 2016).

O fato de o participante acreditar e explicitar que o episódio final deveria ser obrigatoriamente entre dois participantes do sexo masculino revela como a naturalização da postura sexista em uma profissão que ainda é dominada por homens. Após a final do programa e a vitória da participante Dayse foi realizado um debate chamado “A Reunião: Lavando a louça suja” em que os participantes continuaram afirmando que não houve nenhum tipo de postura machista. O participante Marcelo chegou inclusive a dizer que “a partir do momento em que se faz inferior, ela está fazendo a própria vítima da história” (Observatório da televisão, 2016).

6. Considerações finais

Mediante as falas anteriormente descritas é possível perceber as relações sociais desiguais existentes dentro da cozinha justificadas e reforçadas pelo *habitus* e pela dominação masculina. A representação social feminina dentro do programa *MasterChef Profissionais* (2016) é de uma figura fragilizada e subestimada. A naturalização das posições masculinas e femininas dentro da gastronomia é responsável pelo senso comum de que homens e mulheres devem ocupar determinadas posições sociais.

Revela-se um caráter de violência que legitima a própria divisão cultural (ética, moral, política e social) na cozinha representada pelas palavras que ferem dos participantes do sexo masculino. A subordinação e a competitividade reproduzem uma dominação estrutural e pelo *habitus* originado a partir das disposições de capital simbólico acumuladas por profissionais da cozinha. Portanto, a naturalização também se apresenta na inquestionabilidade do *habitus* inadvertidamente adquirido.

Considerando a análise dos discursos das falas com cunho machista, percebe-se que apesar do sexo feminino ter ganhado notoriedade perante ao espaço de cozinha bem como em posição de prestígio no cargo *chef*, atualmente ainda encontra-se dificuldade de aceitação da mulher no ambiente da cozinha profissional, afirmando a fala de Escoffier no *habitus* inconscientemente (ou não) adquirido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, A. P. *Master Chef Brasil: estudo exploratório sobre as narrativas das finais 2015 e 2016 na TV e na internet*. 2016. 107 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/157308/001013170.pdf?sequence=1>. Acesso em: 15 de out. de 2020.

BEAUVOIR, S. *O segundo sexo: Fatos e mitos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BEAUVOIR, S. *O segundo sexo: fatos e mitos*. Trad. de Sérgio Milliet. 4. ed. Paris: 1977 [1949].

BHABHA, H. *O local da cultura*. Trad. de Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis e Gláucia Renata Gonçalves. Belo Horizonte-MG: UFMG, 1998.

BORBA, C. G. C. *Dos ofícios da alimentação à moderna cozinha profissional: reflexões sobre a ocupação de chef de cozinha*. Tese (professora). Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco. Recife. 2015. 239f.

BOURDIEU, P. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, Renato (Org.). *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.

_____. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

_____. *A dominação masculina*. Trad. de Maria Helena Kühner. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

_____. *A economia das trocas linguísticas: o que falar, o que dizer*. Trad. de Sergio Miceli *et al.* 2 ed.1. reimp. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.

BOURELLY, Martine. *Cheffe de cuisine: le coût de la transgression*. In : TRIPIER, Pierre (Org.) *Minorities et légitimes*. Note de Recherche. Cahiers du Genre, n. 48/2010, p. 127-48.

BUTLER, J. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Trad. de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

_____. *A vida psíquica do poder: teorias da sujeição*. Trad. de Rogério Bettoni. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

CASCUDO, L. da C. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1968.

CASTRO, C. *Por que os reality shows conquistam audiências?* São Paulo: Paulus, 2006.

COLAÇO-LEICHT, J. Cozinha doméstica e cozinha profissional: do discurso às práticas. *Caderno Espaço Feminino*, v. 19, n. 01, 2008.
CHARTIER, R. *A História Cultural: entre práticas e representações*. 2. ed. Portugal: Difel, 1987.

FRANCO, M. L. P. B. Representações sociais, ideologia e desenvolvimento da consciência. *Cadernos de pesquisa*, v. 34, n. 121, p. 169-86, jan/abr. 2004.

_____. *Análise de conteúdo*. 2. ed. Brasília-DF: Liber Livro, 2007.

FRANCO, A. *De caçador a gourmet: uma história da gastronomia*. São Paulo: estação Liberdade, 1998.

GARCIA, O. M. *Comunicação em prosa moderna*. 26. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GHILARDI-LUCENA, M. I. Representações de gênero social na mídia. *Discursividade, Web Revista*, CEPAD, n. 6, jul. 2010.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

_____. *Cultura e representação*. Org. e Rev. Técnica de Arthus Ituassu; Trad. de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: PUC-Rio: Apicuri, 2016.

HABCKOST, G. S. *Além da espiadinha: os fãs do Big Brother Brasil no Twitter*. 2017. 86 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/169463/001048712.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 de out. de 2020.

HIRATA, H., KERGOAT, D. Divisão sexual do trabalho profissional e doméstico: Brasil, França, Japão. In: COSTA, A.O.; SORJ, B.; B. Cristi-

na; H. Helena (Orgs). *Mercado de trabalho e gênero: comparações internacionais*. Rio de Janeiro: FGV. 2008. 420 p.

JODELET, D. O movimento de retorno ao sujeito e a abordagem das representações sociais. *Sociedade e Estado*, v. 24, n. 3, p. 679-712, Brasília-DF, set/dez. 2009.

LEWKOWICZ, I; GUTIERREZ, H; FLORENTINO, M. *Trabalho compulsório e trabalho livre na história do Brasil*. São Paulo, 2008.

MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Tradução de Freda Indursky. 3. ed. Campinas-SP: Pontes/Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MARQUIONI, C. E; ANDACHT, F. Conversando com a comida: Master Chef e o solilóquio como acesso privilegiado à autenticidade. *Encontro Anual da Compós*, 25, 2016, Goiânia. Anais. [Goiânia]: Compós, 2016a. p. 1-24. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/com_autores_3390.pdf. Acesso em: 22 de out. de 2020.

_____. Jogando com a comida: Master Chef e os recursos televisuais que tornam espetacular uma atividade ordinária. *E-compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós- Graduação em Comunicação*, [s.l.], v. 19, n. 2, p.1-16, mai./ago. 2016b. Quadrimestral. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/1230/894>. Acesso em: 22 de out. de 2020.

MONTANARI, M. *Comida como cultura*. São Paulo: Senac, 2008.

Observatório da Televisão. *Dayse vence o machismo e se consagra a primeira Master Chef Profissional*. Disponível em: <https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/critica-de-tv/2016/12/dayse-vence-o-machismo-e-se-consagra-a-primeira-masterchef-profissional>. Acesso em: 23 de out. de 2020.

ORLANDI, E. P. *Análise de Discurso: princípios & procedimentos*. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

ROCHA, D. C. *Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação. *E-compós*, Brasília, v. 12, n. 3, 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/387/380>. Acesso em: 20 de out. de 2020.

RODRIGUES, B. *Engajamento no Twitter do Master Chef Brasil: análise dos tweets dos usuários a partir da #MasterChefBR*. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Publicidade e Propaganda, Porto Alegre, BR-RS, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/190104>. Acesso em: 21 de out. de 2020.