



MEDIATIZACIÓN DE LA ALIMENTACIÓN Y CULTURA. LA HORMIGA COMO INGREDIENTE EN LA DISPUTA DE MASTERCHEF

MEDIATIZATION OF FOOD AND CULTURE – THE ANT AS AN INGREDIENT IN THE MASTERCHEF DISPUTE

MEDIATIZAÇÃO DA ALIMENTAÇÃO E DA CULTURA – A FORMIGA COMO INGREDIENTE NA DISPUTA DO MASTERCHEF

João Eudes Portela de Sousa

■ Doutor em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP). Docente no Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Estado do Ceará (IFCE). Desenvolve pesquisas nas áreas de Comunicação, Folkcomunicação, Identidade, Cultura e Marketing. Membro do grupo de pesquisa Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (Incom) na Universidade Tuiuti do Paraná (UTP)

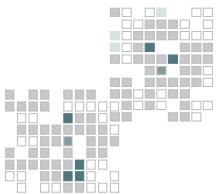
■ E-mail: joaoportela@gmail.com

Mônica Cristine Fort

■ Pós-Doutora em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Doutora em Engenharia da Produção (UFSC). Mestre em Educação (PUCPR). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP). Vice-líder do grupo de pesquisa Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (Incom) na Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).

■ E-mail: monicafort@gmail.com

245



RESUMEN

La mediatización de las prácticas alimentarias regionales es el tema central de este artículo, que tiene como objeto de análisis un episodio del programa MasterChef Profesionales 2018, emitido en Brasil por la red de televisión Bandeirantes. En ese episodio, los participantes del reality show culinario tuvieron el desafío de crear platos con productos nativos de Brasil, entre ellos la hormiga. Se observan reacciones de extrañeza y desagrado entre los participantes. Este estudio cuestiona la falta de conocimiento de las tradiciones culinarias por parte de la sociedad, así como la forma de divulgación de las costumbres regionales. Se discuten las reacciones de los sujetos participantes en el programa, relacionándolos con los hábitos alimentarios y culturales de ciertas regiones del país.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN; PRÁCTICAS CONSUMERISTAS; MASTERCHEF; CULTURA REGIONAL; TELEVISIÓN.

ABSTRACT

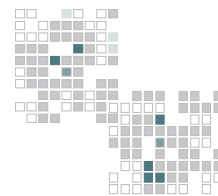
The mediatization of regional food consumption practices is the central theme of this article, which has as its object of analysis an episode of the “MasterChef Professionals 2018” TV show, broadcasted in Brazil by the Bandeirantes Television Network. At the occasion, participants of the cooking reality show were challenged to create dishes with native products from Brazil, including the ant. There are reactions of strangeness and discontent among the challengers. The study questions the lack of knowledge of traditions by society, as well as the way of spreading regional customs. The reactions of the subjects involved in the program are discussed, relating them to the eating and cultural habits of certain regions of the country.

KEY WORDS: COMMUNICATION; CONSUMERISM PRACTICES; MASTERCHEF; REGIONAL CULTURE; TELEVISION.

RESUMO

A midiatização de práticas consumeristas regionais é o tema central do presente artigo que tem como objeto de análise um episódio do programa MasterChef Profissionais de 2018, exibido no Brasil pela Rede Bandeirantes de Televisão. Na ocasião, participantes do reality show culinário foram desafiados a criarem pratos com produtos nativos do Brasil, entre eles a formiga saúva. Reações de estranheza e descontentamento são observadas entre os desafiados. O estudo questiona o desconhecimento de tradições por parte da sociedade, bem como a maneira de divulgação de costumes regionais. Discutem-se as reações dos sujeitos envolvidos no programa relacionando-as a hábitos alimentares e culturais de determinadas regiões do país.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO; PRÁCTICAS CONSUMERISTAS; MASTERCHEF; CULTURA REGIONAL; TELEVISÃO.



1. Introducción

MasterChef es clasificado como un *talent show* de la culinaria. Tuvo sus inicios en el Reino Unido, donde se consagró y es emitido por la BBC. En Brasil, la franquicia televisiva que promueve una competición gastronómica para revelar el mejor chef de cocina de cada temporada es transmitida por la Red de Televisión Bandeirantes (Band). El programa agrada a los telespectadores por la propuesta de mostrar las habilidades culinarias de los participantes, tanto que MasterChef Brasil, que estrenó en 2014, y ya está en la octava edición¹, generó dos programas derivados (*spin-offs*): MasterChef Junior – donde los competidores son niños, edición de 2015 – y MasterChef Profesionales, iniciado en 2016, versión que cuenta con cocineros profesionales.

Presentado por la periodista Ana Paula Padrão, el formato cuenta con tres jueces, los chefs Henrique Fogaça, Érick Jacquin y Helena Rizzo (quien en 2021 reemplazó Paola Carosella). Degustan los alimentos preparados por los participantes y luego evalúan las técnicas de preparación del plato. En 2018, se emitió la tercera temporada del programa MasterChef Professionals. Y en el sexto episodio de esta edición del 25 de septiembre de 2018, entre los ingredientes utilizados para preparar el plato que se degustaría, se presentó algo inherente a la “cocina indígena de Brasil” (MasterChef, 2018). “Una caja que reconecta con nuestros orígenes”, dijo la presentadora Ana Paula Padrão. Los participantes mostraron sorpresa y asombro: uno de los ingredientes propuestos para la preparación eran hormigas.

En el presente artículo, se analizan los discursos contrastados por la reacción de los participantes al desafío presentado por los organizadores del concurso de talentos. Las prácticas culinarias y sus relaciones con los alimentos están estrechamente

vinculadas a creencias y construcciones simbólicas que se han perpetuado a lo largo de los milenios en las sociedades. Además, se identifica cómo la hormiga es percibida como ingrediente alimentario por sujetos de diferentes culturas en ese programa de televisión. Consideramos el *ethos* discursivo, a partir de Dominique Maingueneau (2015), para el análisis de las reacciones y expresiones de los participantes. Se entiende que el *ethos* no se ocupa de las características que se le atribuyen en el discurso, sino que refleja aspectos del tema transmitidos en sus prácticas discursivas para ser aprehendidos por la audiencia, por el “coenunciador” (Maingueneau, 2015).

Se consideran las reflexiones de Andreas Hepp (2013, 2015) y Stig Hjarvard (2014) sobre mediatización para comprender las dinámicas sociales que conducen a configuraciones comunicativas que, a su vez, privilegian las interacciones como espacios compartidos que cambian constantemente. Como interacción se entiende toda una variedad de procesos construidos socialmente, caracterizados por un modelo que posibilita la comunicación de forma difusa en el tiempo y el espacio, permitiendo una expansión numérica y diversificada de interlocutores (Braga, 2012, p. 39). Los medios de comunicación tienen un papel central en la formación de mentalidades que fomentan la generación de sociedades con nuevas configuraciones. En las sociedades globalizadas conviven culturas que se caracterizan por ser híbridas, posibilitando una interacción constante de lo local con lo global, una vida en una sociedad dominada por la concentración de intercambios íntimos, privados, puestos al servicio del poder que la sostiene (Canclini, 2000). La inserción de un ingrediente culinario local en el programa gastronómico de una franquicia televisiva de proyección internacional puede servir de ejemplo.

La comida es un objeto de estudio muy

¹ Datos del 2021.



relevante en el campo de las ciencias sociales². Los estudios relacionados con los alimentos tuvieron un enorme reconocimiento y fueron muy valorizados en el campo de la ciencia a fines del siglo XIX. Los estudios de Antropología y Sociología revelan que la comida y los hábitos alimenticios jugaron un papel importante en el desarrollo de las sociedades, convirtiéndose en objeto de estudios de diferentes científicos sociales, como Claude Levi-Strauss, Gilberto Freyre, Josué de Castro, Sidney W. Mintz, Roland Barthes, entre otros. En Brasil, se observa que, en la década de 1930, la comida y su relación con los sujetos era considerada una valiosa fuente de revelación y construcción de identidad.

En tiempos más recientes, pensar en la comida como un campo de estudio es revelar, por ejemplo, investigaciones de Claude Fischler (1970), ya que este investigador francés es una referencia en los estudios de Sociología de la Alimentación. Sin embargo, otros autores como Jean-Louis Flandrin y Massimo Montanari (1998), también promueven reflexiones que nos ayudan a comprender como se construyeron los hábitos alimenticios y sus redes de significados en diferentes campos sociales. En Brasil, las principales referencias sobre prácticas alimentarias marcadas por cuestiones regionales, étnicas y socioeconómicas son Josué de Castro y Câmara Cascudo (2014) y Gilberto Freyre (1977).

Se puede considerar que en el siglo XXI hubo un punto de inflexión en los estudios relacionados con los hábitos alimenticios. En diversas áreas de estudio, los investigadores

han comenzado a ver la comida y las prácticas culinarias como un fenómeno social. La investigación sobre este tema se ha convertido en una fuente de información para el campo de las ciencias humanas y sociales en los estudios sobre alimentos, teniendo en cuenta su relación con los estudios de representación, cultura y significado. Sin embargo, las prácticas de alimentación y los alimentos como objetos de estudio permean distintas áreas de estudio, distintas perspectivas, ya sea en los medios de comunicación, historia, geografía, nutrición, ingeniería de alimentos o prácticas de consumo.

2. Lo exótico y el relativismo cultural

Las prácticas culturales en las más diferentes sociedades despiertan curiosidad, plantean preguntas y preocupaciones para revelar hábitos y costumbres del otro. Así, lo diferente es percibido por el sentido común como algo exótico y extraño. Es importante, entonces, incorporar estas diferencias relacionadas con los pueblos y sus culturas en la agenda social, estimulando preguntas, fomentando diálogos y representaciones, que puedan clarificar los procesos de exotización cultural de un pueblo, suavizando las relaciones etnocéntricas.

El etnocentrismo es una visión del mundo donde nuestro propio grupo se toma como el centro de todo y todos los demás se piensan y sienten a través de nuestros valores, nuestros modelos, nuestras definiciones de lo que es la existencia. En el nivel intelectual, puede verse como la dificultad de pensar la diferencia; en el plano afectivo, como sentimientos de extrañeza, miedo, hostilidad, etc. (Rocha, 1988, p. 5)³

2 Los estudios decoloniales proponen una crítica más intensa de las ideas eurocentristas en las más diversas áreas de estudio, en el campo de la alimentación, nos provoca a reflexionar sobre nuestro prejuicio alimentario y cómo este puede asociarse a ideas traducidas desde el viejo continente. Según Costa Neto (2016, p. 51), “el pensamiento decolonial propone romper con los pensamientos grabados en la mente y el cuerpo durante generaciones”, que están fuertemente colocados por los estudios eurocentristas, dando espacio a las agendas de las discusiones, “el pensamiento de pueblos (indios) y diásporas forzadas (negros)” en la epistemología más legítima de la cultura.

3 Traducción libre de: “Etnocentrismo é uma visão do mundo onde o nosso próprio grupo é tomado como centro de tudo e todos os outros são pensados e sentidos através dos nossos valores, nossos modelos, nossas definições do que é a existência. No plano intelectual, pode ser visto como a dificuldade de pensarmos a diferença; no plano afetivo, como sentimentos de estranheza, medo, hostilidades, etc.” (ROCHA, 1988, p. 5)

Entrar en los estudios que involucran la cultura de un pueblo es sumergirse en un universo amplio y complejo. El objetivo de este artículo es discutir las reacciones provocadas por la “hormiga como ingrediente” en los competidores de MasterChef Professionals, aclarando los problemas relacionados al campo del relativismo cultural. Desde la selección de ingredientes hasta la degustación de alimentos, las reacciones de los participantes establecen límites y revelan identidades. Aunque se presenta como un ingrediente nativo brasileño, aparentemente la hormiga causa más extrañeza que los mariscos como el calamar o el mejillón⁴ en la composición de un plato. Consideramos ese episodio como un disturbio en los paradigmas culturales los paradigmas culturales, ya que parece romper un dominio consolidado de las prácticas alimentarias sociales, el cual es fundamental para la deconstrucción cultural de lo que se percibe en el otro. Vale la pena destacar la importancia

de presentar estos alimentos en un programa tan popular en Brasil como MasterChef.

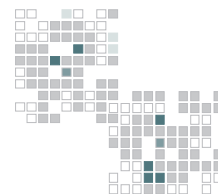
Las expresiones que demuestran la extrañeza de los participantes al enfrentar el desafío se pueden entender desde la perspectiva de Raymond Willians (2011). Para el autor, la cultura son sentimientos compartidos. Sin embargo, es necesaria alguna conexión previa con tales elementos culturales. Los aspectos de una cultura se vuelven más coherentes para quienes comparten sentimientos producidos en el mismo espacio geográfico. Su validez está vinculada a quien es parte del contexto. Cuando se coloca afuera, puede causar molestias e incluso repulsión. Entonces, cuando se trata de hábitos alimenticios de los pueblos, la variedad de alimentos que se considera comestible o no varía enormemente de un lugar a otro. El investigador Claude Fischler (1995, p. 18), por ejemplo, desarrolló una tabla que ilustra la situación:

Tabla 1 – Comestibles VS. no comestibles para Fischler

	Comestible	No comestible
Insectos	América Latina, Asia, África etc.	Europa Occidental, América del Norte etc.
Cachorro	Corea, China, Oceanía etc.	Europa, América del Norte etc.
Caballo	Francia, Bélgica, Japón	Gran Bretaña, América del Norte etc.
Conejito	Francia, Italia etc.	Gran Bretaña, América del Norte etc.
Ranas	Francia, Asia etc.	Europa, América del Norte etc.

Fuente: Fischler, 1995, p. 28.

⁴ Vale la pena mencionar que después de la prueba de las hormigas, hubo una prueba complementaria en la disputa para los candidatos que obtuvieron un rendimiento inferior. En dicha prueba, se realizó una especie de subasta de ingredientes para crear nuevos platos. Se ofrecieron mariscos como Completar calamares, mejillones y almejas y los participantes reaccionaron con familiaridad, aunque son ingredientes que se encuentran en la costa, pero poco comunes en gran parte del territorio nacional. Nos centraremos en la prueba más adelante.



Se argumenta, en el contexto de este artículo, que las prácticas culturales son esencialmente relativas y no absolutas, es decir, lo que se acepta o desapruueba dentro de una sociedad, ya sean los modos o incluso los alimentos consumidos, como se muestra en la Tabla 1, se basa en las experiencias cotidianas de quienes experimentan esas costumbres. Cada persona o grupo tiene su forma y su estilo de reaccionar a acciones más diferentes. Las características elementales de cada lugar no deben configurarse en la perspectiva de que una cultura dominante pueda superponerse a otra.

Alguien que está comprometido con un determinado estilo de vida necesariamente vería varias como “inadecuadas” para él, o para ella, de la misma manera que vería a los otros con quienes estuviese interactuando. Además, la selección o la creación de estilos de vida está influenciada por presiones grupales y por la visibilidad de modelos, así como por las circunstancias socioeconómicas. (Giddens, 2002, p. 81)⁵

Existe una diversidad entre personas y sujetos y esto no significa que algunas sociedades sean superiores porque tienen modelos diferentes. Relativizar estos modos es comprender que cada cultura tiene una experiencia particular y no menos importante que la otra. En el episodio de MasterChef al que se refiere este texto, la comida presente en la evidencia trae una reflexión sobre los hábitos alimenticios de diferentes lugares. La

5 Traducción libre de: “Alguém que está comprometido com um determinado estilo de vida necessariamente veria várias como “inadequadas” a ele, ou ela, da mesma forma que veria os outros com que estivesse em interação. Além disso, a seleção ou criação de estilos de vida é influenciada por pressões de grupo e pela visibilidade de modelos, assim como pelas circunstâncias socioeconômicas” (GIDDENS, 2002, p. 81).

hormiga Tanajura⁶ (*Attacephalotes*), por ejemplo, es un ingrediente típico y muy apreciado en Tianguá, en la región montañosa de Ceará. En la ciudad, el producto está tan valorado que su costo es más alto que otros alimentos conocidos por su alto precio, como los mariscos. Sin embargo, en otras regiones del país, como este insecto no es parte de la cocina regional, casi no hay gente dispuesta a pagar un alto precio por esta hormiga.

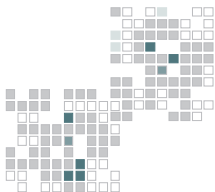
Por lo tanto, se percibe un choque natural de la cultura alimentaria en la reacción de los participantes, cuando se enfrentan a los ingredientes que los llevarían a los orígenes brasileños. Para Patricia Dorfman (2018, en línea), columnista del suplemento *Bom Gourmet*, en el portal del periódico *Gazeta do Povo*, las “expresiones de los chefs eran perplejas por no reconocer muchos de los ingredientes”. Además de la hormiga Tanajura (saúva), el kit con ingredientes incluía: castañas de Pará, yuca, jarabe de guaraná, *cupuaçu*, *jabuticaba*, pulpa de *açaí*, *pecarí carré*, una mezcla de pimientas, champiñones, palmito, *taioba*, *cará*, pulpa de *cajá*, harina de yuca y hoja de plátano.

De hecho, la comida va mucho más allá de los problemas nutricionales y gastronómicos. Cuando un exótico ingrediente como la hormiga se incorpora en un exitoso programa de televisión brasileño, sabiendo que es poco común en el país y que son más bien hábitos de grupos pequeños, los comportamientos y las prácticas culturales se relativizan. En cierto modo, se trata de mostrar y enseñar a los espectadores sobre los complejos problemas culturales que involucran al sujeto y la sociedad.

3. “Comer” significados

Para Roberto DaMatta (2001), la forma de comer define no sólo lo que se ingiere sino

6 O “saúva”.



también lo que se come. Al proporcionar a los sujetos experiencias culturales inimaginables, se rompen los límites, ya sean geográficos o imaginarios. Se refuerza la idea de que comer es un acto simbólico (Bourdieu, 2007). El gusto establece y marca las diferencias en las prácticas sociales. Los hábitos y costumbres que los sujetos adquieren para diferenciarse son una construcción que se establece dentro de un contexto histórico y social específico.

Bourdieu (1993) afirma que el sabor de la comida es parte de una construcción social, teniendo en cuenta el estilo de vida y la estructura de clase relacionada con los segmentos sociales y las experiencias vividas por sujetos y grupos. Cuando las prácticas alimentarias se incorporan en una determinada sociedad, se aprende a gustar y aceptar lo que es comestible o no. Las personas no nacen gustándoles la comida japonesa como el sushi o la del nordeste brasileño, sino que la cultura en la que están inmersas las lleva a consumir tales alimentos. Son construcciones que están establecidas por las costumbres de un pueblo y están influenciadas por preferencias preestablecidas culturalmente, mientras que simultáneamente demarcan identidades y comparten significados.

Percibir los elementos presentes en la alimentación de culturas consideradas exóticas en un *reality show* es “alimentar” campos de debates hasta ahora desconocidos, es suavizar los espacios de repudio construidos en la cultura del otro. El episodio de MasterChef mencionado en este texto se considera un juego simbólico. La relación con el ingrediente fue mucho más allá de lo fisiológico, ya que hubo un intento de naturalizar la hormiga como alimento. Es necesario entender este fenómeno como un sistema de producción simbólica. Por lo tanto, se ve como un momento de desmitificación cultural, como un acto social. La hormiga puede representar varios significados para aquellos que

no están acostumbrados a verla como una opción gastronómica.

Las prácticas culinarias permiten reflexionar sobre la relación de los sujetos con los alimentos que comen. La práctica de la alimentación es, para Lévi-Strauss (2004), entendida como lenguaje. El autor presenta en su obra *Lo crudo y lo cocido* mitos indígenas de la cocina. Los estudios revelan que la comida tiene una función comunicativa y actúa como un lenguaje en el que los códigos presentes en esta acción permiten comprender las prácticas sociales y sus significados.

Se ha mencionado que las prácticas alimentarias tienen un amplio campo para ser estudiado y abarcando diferentes áreas. Por lo tanto, al incluir el consumo de tanajura en la programación televisiva, es posible acercar la mirada a los estudios culturales y relacionarlos a los estudios de comunicación. Las hormigas y otros alimentos se identifican como un conjunto de representaciones, hábitos transmitidos por generaciones y conocimientos heredados en prácticas socioculturales, permitiendo que los sujetos pertenecientes a ciertos grupos compartan una red de sentimientos y los analicen con diferentes miradas.

El consumo o la repulsión de las hormigas es una acción simbólica que permite percibir las dimensiones de diferentes vivencias en actos que tienen distintos significados. De la relación que un grupo o sociedad establece con ciertos alimentos nace un sistema cultural lleno de símbolos y significados. Cuando se sirve comida en la mesa a personas de diferentes culturas, probablemente haya diversas reacciones. El hombre “come significados” (Fischler, 1995) y lo que viene de postre son representaciones compartidas.

El hombre también se nutre de imaginarios y significados, compartiendo representaciones colectivas. Si es posible evaluar el valor nutricional de los alimentos (un combustible



*para ser liberado como energía y sostener el cuerpo), el acto alimentario también implica un valor simbólico, lo que complica el problema, ya que requiere otro enfoque. (Fischler, 1995, p. 20)*⁷.

La alimentación nos lleva a pensar en las (trans)formaciones de las sociedades a través de las prácticas alimentarias y sus rituales de consumo. Nos permite comprender, por ejemplo, cuestiones sociales, económicas, políticas y culturales. La interacción entre los comensales puede actuar como un canal de comunicación frente a las prácticas sociales que se han reconfigurado a lo largo de los años. La forma en que estos alimentos son divulgados – por las sociedades más remotas y las culturas más cerradas – y llegan a los hogares de miles de personas a través de la televisión, la radio o las redes sociales digitales permite negociaciones simbólicas inconmensurables.

4. Luz, cámara, alimentación

Los siguientes participantes asistieron a MasterChef Professionals 2018: Rafael Gomes, Willian Peters, Delhaye Heaven, Manoela Lebron, Daniel Barbosa, André Pionteke, Adriana Avelar, Roberta Magro, Thales Alves, Marcela Calegari, Paulo Quintella. En esa edición del programa, se hizo un intento de sensibilizar a dichos participantes sobre el tema cultural. En el discurso de la presentadora Ana Paula Padrão hubo un tono de suspenso antes de revelar qué ingredientes se utilizarían para preparar el plato en ese momento. Dominique Maingueneau (en Motta, 2015, p. 17) argumenta que el *ethos*

discursivo “está vinculado a la legitimidad del locutor”.

Para el autor, el *ethos* es una noción retórica que “se construye a través del discurso”. Por lo tanto, el suspenso provocado por las palabras de la presentadora, así como el encuadre de las imágenes al revelar los ingredientes ocultos en el kit, que asociaría a los participantes con lo que se mencionó como “sus orígenes”, provocó la tensión y despertó la curiosidad de los participantes y espectadores. Además de las cuestiones estéticas, sociales y nutricionales, lo que estaba en juego era el conocimiento y la familiaridad con los productos seleccionados para la creación de un plato. Para Carvalho y Luz (2011, p.147), “comer es, por lo tanto, una acción concreta de incorporar tanto la comida como sus significados, impregnada de intercambios simbólicos”. ¿Qué intercambios ocurrirían en este episodio? ¿Qué enfrentamientos estarían presentes en la “caja que reconecta a cada uno” de los participantes con sus orígenes, mencionada por la presentadora Ana Paula Padrão? Eso es lo que se pretende descubrir en este estudio.

La Figura 1 muestra los productos que los participantes debieron usar para elaborar un plato: *cupuaçu*, *jabuticaba*, pulpa de *açaí*, pimienta, hormiga (*saúva*), yuca, castañas de Pará, y palmitos. Quien se identificó de inmediato con alguno de los alimentos fue, probablemente, porque ya había tenido alguna experiencia con aquel ingrediente. Cuando Ana Paula Padrão menciona en su discurso que los participantes “volverían a conectarse con sus orígenes”, se supone que ya hayan tenido alguna experiencia con esta cocina o los hábitos alimenticios de sus antepasados. Además, debe tenerse en cuenta que la cuestión alimentaria está estrechamente vinculada a cuestiones socioantropológicas. Pero, dado que Brasil es un país continental y los participantes de *MasterChef* son de diferentes regiones, ¿cómo sería posible dicha conexión?

7 Traducción libre de: “O homem nutre-se também de imaginário e de significados, partilhando representações coletivas. Se é possível avaliar o valor nutritivo do alimento (um combustível a ser liberado como energia e sustentar o corpo) o ato alimentar implica também em um valor simbólico, o que complexifica a questão, pois requer um outro tipo de abordagem” (Fischler, 1995, p. 20).

Cabe señalar que los participantes del concurso de talentos podrían elegir los ingredientes que emplearían en sus recetas. Por lo tanto, este artículo analiza las reacciones de los participantes André Pionteke (de Paraná), Daniel Barbosa (de Mato Grosso do Sul), Rafael Gomes (de Río de Janeiro), Marcela Calegari (de São Paulo) y Willian Peters (de Rio Grande do Sul). Esto se debe a que fueron estos chefs los que eligieron incluir la hormiga en el menú.

Figura 1. Productos para elaboración de un plato



Fuente: Frame del programa MasterChef 2018.

No parece tener sentido la “conexión con el pasado” mencionada por la presentadora, al considerar a los participantes de las regiones sur y sudeste del país. Pues sería equivalente a decir que existe una identidad cultural de los gauchos que consumen *tapioca*⁶, hasta hace poco una comida típica del nordeste, o, de manera similar, los cearenses (habitantes del estado de Ceará) que consumen mate, típico de la región Sur. Los sentimientos compartidos que definen la cultura de un grupo (Williams, 2011) no se percibieron unánimemente entre los participantes, quedó evidente que algunos tuvieron su primer contacto con la hormiga en ese momento. Por lo tanto, los alimentos presentados en el programa muestran límites y diferencias, problemas culturales asociados con el consumo de alimentos y sus identidades regionales.

Fue posible notar que, al comentar sobre los elementos que compondrían la degustación titulada Gastronomía indígena, el jurado

Henrique Fogaça también hizo un suspenso sobre esta comida, mencionando “esa gastronomía practicada por los pueblos nativos de Brasil antes de la colonización de los portugueses y hasta nuestros días. “ Continuó: “Hay pueblos que practican esta cocina y focos de resistencia que preservan la cultura de los pueblos indígenas”. De manera muy pedagógica, el jurado Érick Jacquin (que es francés) justificó la presencia de estos productos: “La prueba de hoy es rescatar este sabor nativo de Brasil”. Y finalmente, la jurada argentina Paola Carossela se sorprende por la reacción de los brasileños al descubrir los ingredientes: “Las caras dan un poco de miedo” y le pregunta a una participante: “Adriana, ¿tienes miedo?”

Uno se pregunta cómo puede algo natural de Brasil, de la cultura del país donde nacieron y viven los participantes, provocar tal asombro. La cara del participante de Río de Janeiro, Rafael Gomes (ver Figura 2) revela cierta contrariedad al tomar contacto con los ingredientes. Probablemente, esta fue la razón por la que este chef se sorprende cuando se le anuncia que la composición del plato sería con elementos de su origen, con algo que no está presente en su cultura alimentaria. Este participante debió imaginar que encontraría elementos más cercanos a su realidad. Y esto quedó evidente en su discurso: “Veo algunas cosas que he identificado, pero la verdad es que la mayoría no tengo idea de qué es” (Gomes, 2018).

Figura 2. Rafael Gomes, ganador de la edición 2018.



Fuente: Frame del programa MasterChef 2018.



El participante Daniel Barbosa, en contacto con la comida, comentó: “Veó yuca, ingrediente muy bueno, pero hay muchos ingredientes que nunca he visto en mi vida, que solo oí hablar. Esto me está poniendo un poco inseguro”. Estas manifestaciones representan discursos que revelan mucho sobre cada uno, revelan rasgos presentes en las identidades culturales de los participantes. Refuerza la idea de que el *ethos* es una noción retórica construida por el discurso, así como un proceso interactivo de influencia sobre el otro. (Maingueneau, in Motta, 2015, p. 17).

En otro momento del programa, dos participantes demuestran tensión y cierta contrariedad con los alimentos presentados. Marcela Calegari, de São Paulo, al principio se balanceó de lado a lado, se llevó la mano a la cara y transmitió una señal de preocupación. Foucault (2014) afirma que el enunciado va más allá de las palabras y frases, incluso, una imagen o un dibujo, pueden ser una declaración y constituir un discurso. Es desde esta perspectiva que se puede ver el momento en que el participante Willian Peters, de Rio Grande do Sul, toca la

mesa con los dedos, mueve su pierna izquierda repetidamente y luego se frota las manos sobre el delantal. Incluso antes de su discurso, su cuerpo ya había expresado lo que estaba sintiendo: “Hombre, encontré esta caja hermosa, solo... Hay muchos productos que nunca he trabajado en la vida, nunca he visto”. Tales manifestaciones, como las expresiones verbales y gestuales constituyen la materialidad del discurso, lo que demuestra la importancia, incluso más en comparación con las líneas de los jurados y la presentadora.

En un momento, la conductora del programa habla con el jurado y le pregunta qué platos prepararían si estuvieran en el lugar de los participantes. Henrique Fogaça menciona que haría una “hormiga *farofa*”. El anfitrión con toda naturalidad comenta que esta comida sería una de sus opciones. Cabe destacar que antes de esta escena, Ana Paula Padrão había expresado que la hormiga tenía un sabor a hierba de limón, lo que lleva al espectador a deducir que la presentadora ya había probado este alimento, ya que se refería al sabor y no mostró extrañeza al hablar sobre la hormiga.

Figura 3. Los participantes Marcela Calegari y Willian Peters (en dos momentos)



Fuente: *Frames* del programa MasterChef 2018.

En la preparación de los platos que competirían, el participante Daniel Barbosa, de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, reveló que eligió tomar decisiones que no le resultaron “tan extrañas”. Justificó el uso de la yuca porque es ampliamente utilizada en la región donde vive y trató de reproducir sus experiencias

gastronómicas asociadas a la cocina del Pantanal⁸. Para el competidor, la prueba debe contener un elemento llamativo de la cultura indígena. “La hormiga es lo que me llama la atención, y es deliciosa, muy ácida y salada”, dijo Barbosa con

⁸ Relacionado al ecosistema del pantanal.

seguridad, como si ya fuera parte de su ambiente cultural.

Lo mismo no le ocurrió a Willian Peters, quien tuvo una reacción opuesta comentó: “¿Hormiga? La tomo, la pruebo. No sé si agarré demasiadas. Tal vez debería haber escogido una, eso es lo que me volvió más loco, ¿sabes? Pero no me gustó, incluso me limpié la lengua con papel”. En ese momento, es posible percibir parte de su identidad a través de su discurso. Pero para Hall (2006) la identidad es fluida y sufre transformaciones. El autor asegura que las identidades se “producen en sitios históricos e institucionales específicos dentro de formaciones discursivas y prácticas específicas, mediante estrategias e iniciativas específicas” (Hall, 2006, p. 109). Entonces puede ser que Peters, en otro momento, reaccionara de manera diferente. Este sentimiento de extrañeza del participante revela un primer contacto con algo de la cultura del otro. La gran cantidad de paradigmas tradicionales y cristalizados en los hábitos alimenticios, en general, causa repulsión y extrañeza, la que fue demostrada por el participante.

Figura 4. Participante Willian Peters



Fuente: Frame del programa MasterChef 2018.

El programa, que se identificó como una experiencia gastronómica con diferentes elementos culturales, tal como los autores señalan en sus obras, permitió revelar afinidades y distancias, fronteras y resistencias entre los chefs concursantes. A pesar de toda la incomodidad, se observó que los participantes del concurso de talentos se empeñaron en superar el desafío

y emplearon los productos por más exóticos que parecieran en sus recetas. Dos de los platos que usaban la hormiga como ingrediente, para representar la cultura de la gastronomía brasileña, mostraron un refinamiento inusual. Al preparar estos platos, demostraron también demostraron cómo improvisar y adaptar recetas con el producto y, al mismo tiempo, divulgaron una estética exquisita, típica de las prácticas culturales de alimentación antes de un efecto entendido por *gourmetización*⁹.

El proceso de transformación promovido por la gourmetización necesariamente otorga legitimación (de gusto, inclusive) a sus materializaciones, o materialidades decurrentes de los comportamientos, acciones y relaciones, enfin, de las prácticas comunicativas involucradas, así como de sus modos de organización social, económica e incluso política, en la medida en que las interacciones y prácticas agencian sus intereses. (Oliveira, 2018, p. 267)¹⁰.

Esta transformación estética fue muy evidente en el plato elaborado por Rafael Gomes (RJ), que es muy común en restaurantes de lujo. Con esta reconfiguración, la hormiga pasa desapercibida, lo que antes causaba extrañeza, ahora tiene un aire de sofisticación y personalidad. Dentro de un sistema de significados, la identidad

9 La gourmetización es la transformación, a través de la gastronomía, de lo ordinario en gourmet (especial o extraordinario), para gourmetizar algo o alguien se debe verificar su inserción en el universo gourmet, o incluso hacerlo excepcional. (Oliveira, 2018, p. 347).

10 Traducción libre de: “O processo de transformação promovido pela gourmetização necessariamente conferem legitimação (de gosto, inclusive) às suas materializações, ou materialidades decorrentes dos comportamentos, das ações e relações, enfin das práticas comunicacionais envolvidas, bem como de seus modos de organização social, econômica e mesmo política, na medida em que as interações e práticas agenciam seus interesses” (Oliveira, 2018, p. 267).



gastronómica se entiende por esto. Y, como revela Tadeu Silva (2003, p. 76 y 78), “somos nosotros quienes fabricamos en el contexto de las relaciones culturales y sociales”. Respondiendo a la pregunta del jurado si él pondría esta receta en su restaurante: “con estos ingredientes lo haría, por supuesto. Brasil”. Ahora esta comida, a pesar de exótica, pasa a tener mucho sentido en los consumidores.

Figura 5. El plato del participante Rafael Gomes



Fuente: Frame del programa MasterChef 2018.

El chef de Curitiba, Paraná, André Pionteke tuvo su plato clasificado entre los tres primeros y, aunque no estaba satisfecho con el resultado final, fue elogiado por los jueces. Aprovechando que “el sabor de las hormigas explota en la boca y desaparece”, dijo Paola Carossela; esta comida “es muy agradable y divertida”, comentó Erick Jacquin. Estos son discursos que naturalizan las prácticas de comer hormigas y promueven un enfoque menos estereotipado de la cultura del otro. Considerando los diferentes sistemas de representación y significado de “identidades desconcertantes y mutantes”, con las cuales podríamos identificarnos, al menos temporalmente (Hall, 2001, p. 13), el consumo de alimentos aporta numerosos significados e intercambios simbólicos. Sin embargo, la inserción de esta actividad en una producción televisiva nacional permite además un efecto de “glocalidad” (global + local) entre los incontables flujos culturales locales y globales de una sociedad.

Figura 6. El plato del participante André Pionteke



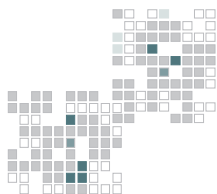
Fuente: Frame del programa MasterChef 2018.

Son las representaciones sociales las que ayudan en la construcción de identidades, a través de un proceso de alteridad de los sujetos. En este proceso, los discursos se construyen en una perspectiva de identidad basada justamente en la diferencia del “yo” en relación con el “otro”. Sin embargo, como corrobora Pierre Bourdieu (1989), estos límites de diferencia no coinciden total y perfectamente. El participante André Pionteke revela al portal Band Uol (2018) que:

(...)La idea de poner un poco de hormiga en el plato. Hay una aversión para aquellos que no saben que la hormiga es comestible, que hay todo el trabajo detrás de ella. Ya es muy tradicional. Y la gastronomía es una aventura, la gastronomía es una experiencia. Vale la pena la experiencia ‘aterradora’ para lo bueno y lo malo (2018, en línea)¹¹.

La televisión como función social, en este programa, asume un papel importante en el proceso de (re) afirmación de la cultura e identidad local, promoviendo una acción de desterritorialización frente a los movimientos

11 Traducción libre de: “(...) a ideia de colocar um pouco de formiga no prato. Rola uma aversão por quem não tem conhecimento de que formiga é comestível, de que tem todo um trabalho por trás disso. Já é muito tradicional. E gastronomia é uma aventura, gastronomia é uma experiência. Vale tanto a experiência ‘assustadora’ para o bom e para o ruim” (2018, *on-line*).



de supremacía de las prácticas culturales globalizadoras, proporcionando espacios para prácticas culturales marginadas, incluso, sabiendo que “estas representaciones sufren imposiciones/ adaptaciones para ser consumidas/absorbidas como naturales” (Canclini, 1999, p. 170), contribuyendo además a nuevas percepciones, procesos de reafirmación y fortalecimiento de los focos de resistencia de ciertas comunidades rurales y indígenas.

Cabe destacar que los candidatos que no fueron elegidos entre los tres mejores platos, pero sí participaron en una subasta para seleccionar los ingredientes utilizados en la siguiente prueba, entre ellos: langosta, pulpo, ostras, vieiras, calamares, mejillones, camarones y almejas. Curiosamente, no hubo reacción de sorpresa ante los alimentos presentados. El miedo y el susto que surgieron previamente con los ingredientes nativos de Brasil, no se repitió aquí. Por más que muchos participantes del programa no conocieran ninguno de esos alimentos, en la imaginación simbólica, estos alimentos son consumidos por clases económicamente altas y, tal vez, esto los hace más aceptable y natural.

Bourdieu (1989, p. 115) afirma que “las clasificaciones más ‘naturales’ son, en gran medida, producto de una imposición arbitraria, es decir, de un estado anterior de la relación de fuerzas en el campo de las luchas por la delimitación legítima”. Las clases dominantes tienden a dictar lo que es normal y lo que se escapa naturalmente. Los programas de televisión, las redes sociales digitales ayudan en este proceso minimizando la extrañeza y maximizando el

respeto por la cultura del otro.

5. Consideraciones finales

El presente trabajo analiza el consumo de alimentos y nos hace reflexionar sobre los diferentes campos de investigación en los que dialogan los alimentos. En los diferentes estudios desarrollados dentro de las ciencias sociales, se puede ver como actúan las prácticas alimentarias en los estudios de identidad, representación, cultura y significado. Comprender la alimentación más allá de los problemas nutricionales y fisiológicos es percibir este fenómeno como una producción de significados que revela rasgos culturales, tiene un lenguaje propio y contribuye a la sociabilidad de los sujetos.

El escenario alimentario contemporáneo se configura mediante prácticas globalizadoras en las que las prácticas ofrecidas han reconfigurado los menús de ciudades y la forma de relacionarse. La gastronomía se ha rendido a la homogeneidad cultural y los alimentos de diferentes sociedades han penetrado en los mercados y establecimientos locales, promoviendo una ruptura sociocultural.

Se entiende que el gusto es esencialmente cultural, pues las personas aprenden a gustar o no de lo comestible cuando ese alimento ya está preestablecido dentro de su grupo. El Concurso MasterChef marcó una buena discusión en el campo de la comida de la comunicación y la cultura, en la que los discursos expresados allí establecieron una experiencia no sólo con los participantes más, principalmente, con los espectadores que podían compartir las sensaciones que provocaba la gastronomía indígena.

Referencias

BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: Ortiz R (org.). Pierre Bourdieu: sociologia. São Paulo: Ática; 1989. p. 82-121.

_____. Razões Práticas: sobre a teoria da ação. 9 ed. São Paulo: Papirus Editora, 1996.

_____. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: EDUSP, 2007.

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da comunicação. Revista Matrizes, São Paulo, ano 6, n. 1, p. 25-41, jul./dez. 2012.



CANCLINI, Néstor García. Consumidores e Cidadãos – Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 1999.

_____. Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2000.

CARVALHO, Maria Claudia; LUZ, Madel Therezinha. Simbolismo sobre "natural" na alimentação. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 16, n. 1, pp. 147-154, 2011.

COSTA NETO, Antonio Gomes da. A Denúncia de Cesáire ao Pensamento Decolonial. *Revista EIXO, Brasília – DF*, v. 5, n. 2, julho-dezembro de 2016.

DAMATTA, Roberto. O que faz o Brasil, Brasil? Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DORFMAN, Patricia Favorito. Em prova complexa, MasterChefs criam pratos que misturam peixes e carnes. *Gazeta do Povo on-line*. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/paulo-masterchef-eliminada>>. Acesso em 20 de março de 2019.

FISCHLER, Claude. El (h)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo. Barcelona: Anagrama; 1995.

GIDDENS, Anthony. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 5 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HEPP, Andreas. Cultures of Mediatization. Cambridge, UK: Polity Press, 2013.

_____, Andreas; HASEBRINK, Uwe. Interação humana e configurações comunicativas: transformações culturais e sociedades midiáticas. *Revista Parágrafo*, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 75-89, jul./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/333/341>>. Acesso desde 28 dez. 2015.

HJARVARD, Stig. A midiaticização da cultura e da sociedade. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2014.

LÉVI-STRAUSS, Claude. O cru e o cozido. São Paulo, CosacNaify, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 2ª ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2018.

_____. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (orgs.). *Ethos discursivo*. 2ª ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015.

MINTZ, S.W. Comida e antropologia: uma breve revisão. *Rev. Bras. Ci. Soc.*, v.16, n.47, 2001.

OLIVEIRA, Caroline Cavalcanti de. A gourmetização como fenômeno mediático: uma análise dos processos de estetização do cotidiano por meio de práticas comunicacionais e de consumo com a gastronomia. Tese (doutorado) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2018.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. O que é etnocentrismo. Editora brasiliense 1988

SODRÉ, Nelson Werneck. História da literatura brasileira. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand. Brasil, 1995.

SILVA, Tomaz Tadeu (org.). Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais. 2ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

WILLIAMS, Raymond. Cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

Link del programa:

BAND UOL. Disponível em:

<<https://entretenimento.band.uol.com.br/masterchef/profissionais/noticias/10000933341/gastronomia-e-uma-experiencia-diz-andre-pionteke-sobre-formigas.html>>. Acesso desde 10 de março de 2019.

