

Machismo, Humor e Leveza: fórmulas e intertexto

Sexism, Humor and Lightness: discursive formulas and intertext

Sírio Possenti
(Unicamp / FEsTA / CNPq)

RESUMO

Este trabalho analisa enunciados recolhidos em um caderno sobre comida do jornal O Estado de S. Paulo, cujas características mais notórias são a intertextualidade e a suposição de que fazem parte da memória de determinada comunidade, a saber, a dos homens que cozinham. O tom bem humorado, por um lado, e as alusões culturais diversificadas constroem uma representação do masculino que, por um lado, parece mover-se para um espaço feminino, mas que mantém tal divisão, por meio da diferença entre cozinha e culinária, que representam respectivamente diversão e trabalho.

Palavras-chave: *intertextualidade, humor, masculino, culinária.*

ABSTRACT

In this work we analyze utterances collected from the food section in the newspaper O Estado de São Paulo. Such utterances are marked by intertextuality and the assumption that they are part of the collective memory of men who cook. Their good humored nature, on the one hand, and assorted cultural references, on the other, create a representation of the masculine that both seems to move toward the territory of the feminine but also preserves the disjunction by distinguishing cooking from culinary, i.e., fun from work.

Key-words: *intertextuality, humour, culinary, masculine.*

Introdução

Às vezes, uma ideologia se expressa claramente, até grosseiramente. O racismo e o machismo são dois exemplos, sem contar determinados pronunciamentos políticos, especialmente sobre questões “sociais”. Dos enunciados correntes, como “lugar de mulher é na cozinha” e “negro não é gente”, aos enunciados que ainda há pouco destinavam lugares e funções distintos para homens e mulheres ou para brancos e negros, chegando à violência física que muitos ainda consideram justificada (nas delegacias e prisões, quando policiais batem em presos, ou nos “lares”, quando maridos ou namorados batem em mulheres), tais ideologias se expressam de maneiras muito inequívocas.

Mas, eventualmente, embora não com os mesmos resultados, deve-se reconhecer, tais divisões são mantidas mesmo em situações ou discursos “leves”. É o caso dos enunciados aqui considerados, que, ao fim e ao cabo, entre outras coisas, operam a partir de uma divisão entre o masculino e o feminino, e, provavelmente, contribuem para mantê-la.

Este trabalho analisa um conjunto de manchetes cujas características mais evidentes são, do ponto de vista de sua materialidade e de sua circulação, a interdiscursividade e a participação, e, do ponto de vista do efeito dominante, um tom que qualifico como “leve”, que caracteriza os textos e, por meio deles, o tema e a atividade de que eles tratam. São manchetes do caderno *Paladar*, cujo objeto são as comidas e outros itens a elas relacionados (por exemplo, a publicidade é funda-

mentalmente relativa a equipamentos de cozinha, como facas, panelas etc.), que o jornal *O Estado de S. Paulo* faz circular às quintas-feiras¹. Curiosamente, neste mesmo dia da semana, seu principal concorrente, *Folha de S. Paulo*, dedica em geral duas páginas ao mesmo tema, porém em tom completamente diferente².

Como se verá, o tom das referidas frases é bem peculiar e funciona como o principal ingrediente de certo tipo de enunciação, cuja marca mais evidente é o bom humor³, ou a leveza, e cujo efeito mais relevante é caracterizar de determinada forma a cozinha dos homens, ou seja, a culinária ou a gastronomia. O efeito principal é que ela aparece como uma atividade diferente de cozinhar com finalidades pragmáticas, como alimentar e agradar ou fazer bonito, mas especialmente quando se trata de alimentar a família, mesmo que com algum ar festivo, em datas especiais. Esta atividade é requerida das mulheres, e é trabalho. Aquela, deixada aos homens, é um tipo de diversão, até mesmo quando se trata de cozinhar profissionalmente, como ocorre em restaurantes “de classe”. Com se verá, o que estou caracterizando como leveza decorre basicamente de um modo de dizer, que implica um modo de ser e de estar no mundo (da cozinha, mas não só), efeitos constitutivos do ethos.

Condições de produção

Tipicamente, em nossa sociedade, cozinhar é tarefa das mulheres (exceto fazer churrasco), apesar de os postos de *chefs* em restaurantes famosos serem ocupados basicamente por homens há bastante tempo⁴. Este é certamente reflexo de uma das mais antigas divisões do trabalho: de um lado, os do lar, privados; de outro, os públicos, neles incluída a culinária (ou a gastronomia).

1. O trabalho é de 2010, e, assim, o corpus analisado.

2. Atualmente, este jornal também publica um exclusivo, como seu concorrente, às quartas-feiras.

3. Na véspera da estreia de novo projeto gráfico do *Estadão*, um boxe falava dos suplementos “de segunda a sexta”. Sobre “Paladar”, a informação era a de que “seguirá abordando a gastronomia com irreverência e muito apetite” (*O Estado de S. Paulo*, 13/03/2010, p. A26).

4. Há algumas mulheres que são *chefs*, mas, nestes casos, não se trata de levar o trabalho da cozinha para os restaurantes, e sim de conquistar uma vaga num reino masculino.

Uma análise dos cadernos femininos dos jornais, que em geral circulam aos sábados ou aos domingos, mostra que ainda predominam discursos tradicionais e mais antigos sobre o que sejam os encargos, os desejos e os problemas femininos. O lar, cozinha incluída, a moda e a saúde ocupam lugares de destaque. No item cozinha, esses cadernos publicam também receitas de comidas, mas apenas receitas – com pouquíssimas exceções (algum molho histórico sobre certas comidas típicas, regionais ou associadas a datas especiais, como os peixes na semana santa). Sistemáticamente, quando a edição é próxima de uma data especial, os pratos serão os tipicamente associados a elas. Assim, sugerem-se receitas de bacalhau na Semana Santa e de peru no Natal, assim como comidas regionais típicas em datas como S. João. Nestes cadernos, não se publicam sistemáticamente reportagens sobre a história de determinados pratos, não aparecem notas que os tornem *cults* e, principalmente, não há receitas que façam seu preparo mais divertido. Trata-se, de fato, invariavelmente, apenas de ajudar um pouco no trabalho de alimentar a família...

Já o “jornalismo” sobre culinária - que aqui distingo de cozinha⁵ – é bastante diferente: transforma o ato de cozinhar em arte, cultura ou diversão. Exemplar, neste sentido, é o referido caderno *Paladar*. É por isso que, neste trabalho, darei destaque a um conjunto de manchetes nele coletadas, cuja característica fundamental é uma “intertextualidade” peculiar, pois são construídas a partir de textos breves, de origem diversa, dados como conhecidos (participação), e cujo efeito fundamental é um ethos de leveza, que, assim, caracteriza este espaço masculino e seus habitantes.

Cozinha na mídia

Uma comparação banal, meramente observacional, entre os programas de TV que falam de comida permite verificar claramente a diferença entre os masculinos e os femininos. Na antiga cozinha da Ofélia e nos programas matinais de Ana Maria Braga, para referir duas épocas por meio de seus ícones, e, possivelmente, dois estilos, embora no fundo

5. Prefiro, apesar de não seguir a terminologia corrente, opor cozinha a culinária, em vez de opor culinária a gastronomia.

pouco diferenciados, os pratos preparados ou sugeridos são aqueles que uma dona de casa, esposa e mãe, prepararia para sua família. No máximo, ensina-se a fazer um prato comum de forma variada ou de maneira um pouco mais sofisticada (acrescentar meio copo de vinho suspeito a um molho). Invariavelmente, apresentam-se receitas de frangos, pernis, bacalhaus, massas, bolos e tortas.

Já os programas masculinos, comandados geralmente por cozinheiros profissionais, por *chefs*⁶ que se tornaram verdadeiros “artistas” (que, além disso, viajam para cozinhar e para descobrir o que há de característico em diversos países, aprendendo e testando receitas, e provando bebidas típicas) que sempre elaboram pratos de alguma forma raros, pelo menos “diferentes”, eventualmente experimentais, chegando, às vezes, às “releituras” de pratos populares, como o picadinho, ou revelando as delícias da trivial - e nativa! – mandioca e conferindo status inesperado ao até então modesto maracujá. Mas nunca se trata de cozinhar o alimento de uma família nem se informa se os pratos contêm um número alto ou baixo de calorias, e por isso são mais ou menos recomendáveis. O máximo de “política” que se ouve nesses programas consiste em sugestões de que se aproveitem as verduras da estação, os frutos do mar da época e da região. Raramente há toques em direção à cozinha dita saudável ou sugestões para baratear custos.

Os apresentadores de programas de culinária projetam em geral um ethos bem característico: são brincalhões, informais (muita comida é pega e até servida ou arrumada no prato com as mãos), deslocam-se para cá e para lá agilmente, amassam, misturam e enfornam ingredientes enquanto falam incansavelmente de quão delicioso ou raro ou fácil é o prato que estão preparando. Claude Troisgros, que, casualmente, é francês, Anthony Bourdain e Jamie Oliver contrastam claramente com as mulheres que cozinham em programas vespertinos ou matinais. Não por acaso seus programas sempre são exibidos em horários noturnos em canais de TV por assinatura⁷.

6. No entanto, em geral eles não se vestem como *chefs* nos programas de TV.

7. *Larica Total* é obviamente uma caricatura: rapaz solteiro em apartamento brega e decadente cozinha para si mesmo pratos banais (arroz, salsicha); eventualmente, acrescenta vinho Chapinha a alguma carne que prepara deploravelmente, e que só ele mesmo consegue comer. O programa é veiculado pelo Canal Brasil e é sucesso relativo no YouTube; pode-se até dizer que se trata de um programa de humor; neste sentido, ele se aproxima dos materiais que são aqui analisados.

A questão foi claramente percebida por Abramo (2010), que, a propósito do tema, fez os seguintes comentários:

Os programas de TV sobre comida superaram a fase da culinária doméstica, nos quais mostrava-se um passo a passo para donas de casa sem tempo ou imaginação para variar o trivial. É claro, ainda há resquícios disso em várias roupagens: (...). O desenvolvimento da cultura gastronômica no Brasil, de dez anos para cá, expulsou as donas de casa do cenário. O reino da cozinha, para certa classe média abonada e informada, deixou de ser o do arroz e feijão e tornou-se um playground de adultos, de ambos os sexos, viajados, cultivados e que gostam de ostentar cultura gastronômica.

Qualquer análise, no entanto, mostra que a distribuição dessa atividade privilegia claramente os homens. Este é, a meu ver, o único senão da matéria, que acrescenta, ao final, outro dado relevante: apartamentos de alto luxo costumam ter “espaços gourmet”. E acrescenta: “aos subordinados, a cozinha; aos proprietários, uma sala de estar onde se pode cozinhar”. Observaria também que se trata fundamentalmente de um espaço destinado aos homens, que cozinham em finais de semana (e que provavelmente se isentam de lavar as panelas).

Alguns conceitos

Os dados considerados serão mais bem compreendidos se forem retomados, mesmo que sumariamente, alguns conceitos propostos por Maingueneau, em especial os de destacabilidade e de participação.

A *destacabilidade* diz respeito ao fato de que certos enunciados são postos a circular independentemente de seus textos e de seus “contextos” de origem, em função de determinadas características formais e de sentido (ver Maingueneau 2006b). Podem ser títulos de livros, versos, frases que fecham ou abrem ensaios ou parágrafos. São frases que, de certa forma, resumem doutrinas, condensam ideologias. Em algum sentido, aproximam-se dos provérbios, e funcionam de forma semelhante a eles. Constituem um tipo de enunciação que supõe uma espécie de superenunciador, pois não diriam algo trivial, comum. Os enunciados são proferidos como se proviessem “de cima”. Maingueneau

au (2007) qualificou este tipo de enunciação como aforizante. Nos casos aqui mencionados, embora funcionem segundo uma lógica análoga, os enunciados não postulam, especialmente por sua intertextualidade, ser tão especiais, como se verá.

A noção de *participação* dá conta do fato que caracteriza a citação de enunciados (títulos, *incipits*, frases famosas...) sem menção de seus autores, por “decisão” de uma comunidade de discurso – ou por aposta do autor de que se trata de um jogo de memória da qual a comunidade partilha (ver Maingueneau 2006a). É bem o caso das formas aqui citadas, publicadas em *Paladar*. Elas postulam um leitor que as conheça, ou pelo menos reconheça que já ouviu algo parecido em algum lugar. Como, além disso, as frases (e outras formas) aparecem modificadas, seu efeito é decorrente de uma comparação implícita entre a frase original e a publicada como título ou manchete no caderno em questão. O próprio jogo de linguagem, que nunca propõe um tema ou problema vital, é propício para a produção de um efeito de humor, ou, ainda mais, de um ethos de leveza, por oposição à seriedade que seria o efeito de algumas das frases “sob as frases” (osso duro de roer, por quem os sinos dobram, ame-o ou deixe-o...).

Aparentemente, a questão crucial, neste caso, é a participação. Na verdade, não é que se deixe de mencionar quem são os autores das frases citadas, porque se aposta de alguma forma que são conhecidas. O que ocorre é que a repetição neste caderno de frases deste estilo projeta uma comunidade que se identifica por uma certa relação com a comida, por um verniz de cultura e por um ethos leve, de quem pode e quer “curtir” a comida, um dos prazeres que lhe são oferecidos.

As manchetes

Como disse acima, as manchetes de *Paladar* se caracterizam por sua interdiscursividade, por suporem um “leitor modelo” que as reconheça, e por seu efeito de humor, decorrente exatamente do jogo intertextual. Como se pode ver, é um traço perfeitamente compatível com o discurso da culinária, isto é, da cozinha dos homens, sejam profissionais, sejam cozinheiros de final de semana. Sem maiores comentários, apenas mencionando, ao lado da manchete do caderno,

a frase ou expressão que é aludida ou cujo conhecimento é suposto, cito um conjunto de exemplos relativamente numeroso, até para deixar claro que não se trata de casos eventuais, embora haja semanas em que textos desse estilo não são encontrados no caderno:

- “Um sabor que se discute” (gosto não se discute)
- “Desperte seus instintos de assador” (instintos de matador, empreendedor)
- “Coma-o ou deixe-o” (ame-o ou deixe-o)
- “O coco que dá coconut” (o coqueiro que dá coco)
- “Osso mole de comer” (osso duro de roer)
- “Nem tudo o que borbulha é boa bolha” (nem tudo o que reluz é ouro)
- “Cadê o ardido que estava aqui?” (Cadê o toucinho que estava aqui?)
- “Por que os cardápios dobram” (por quem os sinos dobram)
- “Viagem em busca da roça esquecida” (em busca do tempo perdido)
- “Vão-se os filés, ficam os dedos” (vão-se os anéis, ficam os dedos)
- “Puxe a sardinha para o seu prato” (puxar a brasa pra sua sardinha)
- “Em festa de sardinha, bacalhau não pia” (em festa de jacu, nhambu não pia)
- “Revolução sardinista avança na Califórnia...” (revolução sandinista...)
- “Semear utopia e colher realidade” (semear ventos e colher tempestades)
- “Eram os deuses chocólatras?” (Eram os deuses astronautas?)
- “Não tem atum, vai atunzinho mesmo” (não tem tu, vai tu mesmo)
- “O incrível exército de panetone” (o incrível exército de Brancaleone)
- “Com que cerveja eu vou?” (com que roupa eu vou?)
- “Os cozinheiros também comem” (os brutos também amam)
- “Metidos a pesto” (metidos a besta).

Observe-se que essas “pequenas frases”⁸ se referem a temas diversos e que seu status cultural também é diverso. “Por que os cardápios dobram” e “Em busca da roça esquecida”, por exemplo, modificam títulos de livros de elevado prestígio, enquanto “cadê o ardido que estava aqui” e “não tem atum, vai atunzinho mesmo” retomam expressões bem populares. Entre as referências mais cultas e as mais populares estão provérbios (em festa de sardinha, bacalhau não pia; vão-se os

8. Alhures, qualifiquei o efeito de jogos como estes de “subjetividade mostrada” (Possenti 2009b).

filés, ficam os dedos; um sabor que se discute) e slogans (coma-o ou deixe-o), além de alusões a fatos históricos (revolução sardinista). Esta mistura mostra claramente que não se trata de evocar a alta cultura, como se só ela fosse digna de ser servida com os pratos sofisticados, mas, fundamentalmente, de jogar com palavras ou expressões de status diversos, portanto, de qualquer origem, mas dadas como conhecidas e a partir das quais se fala, por meio de alguma modificação, de comidas. Trata-se, assim, de uma cultura masculina, com seus altos e baixos. Bastante estereotipada, claro, e evocada de maneira bem humorada, como convém e como se supõe que deva ser, em se tratando de homens (se todas as alusões fossem cultas, e se a questão fosse tomada a sério, as irmãs e as esposas teriam que ser chamadas a participar...).

Evidentemente, frases como estas não são uma espécie de resumo desse caderno semanal ou das matérias que ele publica. Mas, considerado seu lugar de destaque, como manchetes e títulos de textos ou mesmo de chamadas da página principal, contribuem decisivamente para uma representação do caderno, e, por meio dela, de certa representação do masculino e, por contraposição, também do feminino.

Como se representa o bom humor com o qual se pode encarar as atividades ligadas à culinária, que é o que *Paladar* sugere? O mecanismo principal são jogos de linguagem, cujas características básicas são duas: o recurso ao interdiscurso, que implica uma representação de homem culto, embora de uma cultura bastante peculiar, que inclui conhecer frases populares como “não tem tu, vai tu mesmo” e também ser capaz de relacionar “o coco que dá coconut” a um verso de *Aquarela do Brasil*, que é algo mais *cult*, mas sem exigência de profundidade, até porque poderia soar pedante no contexto. Este jogo também é bem humorado, e este efeito resulta basicamente da retirada do “peso” que as frases originais de certa forma portam. Veja-se um exemplo típico: *Por quem os sinos dobram* é o título de um livro (e depois, de um filme) de Ernest Hemingway que trata de situações dramáticas que ocorrem durante a guerra e, ao mesmo tempo, de questões humanas trágicas. Já o título que o substitui e que a ele alude em *Paladar* deixa de lado qualquer questão dramática, trágica ou “profunda” para considerar um tema de absoluta trivialidade, mesmo que tenha alguns efeitos práticos: cardápios dobrados. A jogada essencial de um texto como este é dar impressão de cultura, porque se faz apelo ao reconhecimento de um

dado que tem algum prestígio no universo da alta cultura (Hemingway é um escritor valorizado, pertencente ao cânone), mas, obviamente, não se supõe a leitura do livro, e nem mesmo que o filme tenha sido visto. Basta que este homem que imaginariamente vai para a cozinha com suas panelas especiais tenha ouvido falar do título e saiba vagamente que se trata de um livro. É provável que não se espere que algum desses homens seja capaz de atribuir um sentido mais preciso ao verbo “dobrar”, parte do título. Mas, se algum dos convidados ou comensais souber do que se trata, ou mesmo tiver lido o livro, é possível que tal fato apenas se preste a alguma das brincadeiras de homens em momentos de libação, como os representados. Para casos como este e outros cuja referência cultural intertextual não é popular, a qualificação de irreverência é bem adequada.

O dado que por primeiro chamou minha atenção foi a manchete de primeira página de um dos cadernos, “Uma manga na carta”⁹, com uma interessantíssima fotografia de pedaços de manga elegantemente cortados e distribuídos, como ocorre com pratos de restaurantes elegantes. Sua análise exige que se considere pelo menos uma alusão ou uma retomada, isto é, exige que se explicita a relação entre um texto antigo e este, que se constrói a partir daquele, “(ter uma) carta na manga”. Ter “uma carta na manga” significa “valer-se de um recurso decisivo e inesperado, na última hora”, como o jogador que apresenta, tirada da manga, uma carta decisiva quando parece que o jogo está perdido (ele trapaceia). O interessante deste texto, considerado o contexto em que surge, é que “ter uma manga na carta” (manga no cardápio) pode significar, para o restaurante que ousa, ter uma carta na manga...

Vejamos mais de perto alguns outros casos. “Osso mole de comer” contrasta com “osso duro de roer”. A expressão original, aplicada a algum fato ou situação, o qualifica como difícil, tão difícil quanto seria para um humano roer um osso duro. Não se trata de expressão relacionada preponderantemente a questões morais ou de status “alto” ou filosófico, embora estas não estejam totalmente excluídas, já que se pode enunciar essa expressão a propósito de um mandato político, de um casamento, de uma doença grave ou mesmo de uma pessoa com a

9. Tratei desta frase em outro texto (ver Possenti 2010), e retomo aqui parcialmente aquela análise.

qual alguém tem que se defrontar. Por outro lado, “Osso mole de comer” relaciona-se diretamente a comida. É quase uma informação, embora surpreendente, ou, talvez, a qualificação de um prato que tem o osso como ingrediente (neste texto modificado, “osso” refere-se efetivamente a ‘osso’, o que não é o caso na expressão original, metafórica).

Um dado que indica ainda mais claramente que se trata de um jogo, de uma brincadeira, eventualmente infantil, é “Cadê o ardido que estava aqui?”, manchete de uma matéria sobre pimentas, que explora uma relação intertextual com a primeira pergunta de um texto infantil¹⁰ lúdico (Cadê o toucinho daqui?).

O efeito de sentido geral dessas frases é lúdico, brincalhão, baseado em referências culturais, às vezes de alguma sofisticação, que, de certa forma, rebaixam, já que a nova versão é da cozinha. Rebaixam para produzir um efeito de humor, mas a suposição de que se reconhecerá o intertexto confere certo status a esta cozinha.

O mecanismo é perfeitamente apto a representar uma masculinidade leve e sofisticada, embora um tanto superficial, imagem perfeitamente compatível com as atividades culinárias ou gastronômicas modernas. De quebra, emerge uma imagem de homem que, por um lado, realiza atividades não típicas de seu gênero, que seriam femininas, segundo a tradicional divisão de trabalho, mas que faz isso de modo tal que o efeito é preservar essa mesma divisão, já que cozinhar, para os homens, é uma atividade representada como lúdica, leve, quase brincalhona. Não se deve desprezar, para melhor compreensão do fenômeno, que as comidas são ingredientes fundamentais das festas. O ingrediente extra, aqui, é a associação com certo tipo de cultura.

Conclusão

Os jogos de linguagem (inversões, rimas...) que servem para a retomada de outras frases poderiam ser interpretados como indícios de autoria (Possenti 2009a), vale dizer, como um elemento a mais a

10. - Cadê o toucinho daqui? -O gato comeu. - Cadê o gato? -Foi pro mato. - Cadê o mato? - O fogo queimou. - Cadê o fogo? - A água apagou. - Cadê a água? - O boi bebeu. - Cadê o boi? - Foi puxar trigo etc.

levar água para o moinho de uma certa representação de cultura, e que contribui para a construção de um ethos bem humorado e de leveza. O fundamental, parece, é que *Paladar*, pela manipulação de certos tipos de texto e pela aposta em determinado tipo de memória, constrói uma imagem mais palatável do masculino. Mas o segredo do prato é a manutenção de uma antiga divisão do trabalho, que só aparentemente é desfeita, especialmente pelo fato de que, segundo esses textos, homens vão para a cozinha com uma finalidade muito clara: divertir-se. E lavar as panelas continua sendo uma tarefa feminina. Que não se diga que há uma alternativa, as empregadas domésticas. Afinal, elas não são homens!

Recebido em: maio de 2013
Aprovado em: junho de 2013
E-mail: siriop@terra.com.br

Referências bibliográficas

- ABRAMO, Beatriz. 2010. Da culinária à gastronomia e de volta à boa comida. In: *Ilustrada, Folha de S. Paulo*, 11/04. E1.
- MAINGUENEAU, Dominique. 2006a. A noção de hiperenunciador. In: *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial. p. 93-111
- _____. 2006b. Citação e destacabilidade. In: *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial. p. 75-92
- _____. 2007. L'enonciation aphorissante. In: Chistófaros Silva, T.; Mello, H. R. *Conferências do V Congresso Internacional da Associação Brasileira de Lingüística*. Belo Horizonte: Editora da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais. P. 155-163.
- POSSENTI, Sírío. 2009a. Índícios de autoria. In: *Questões para analistas de discurso*. São Paulo: Parábola Editorial. p. 103-117.
- _____. 2009b. O eu no discurso do outro ou a subjetividade mostrada. In: *Os limites do discurso*. São Paulo: Parábola. p. 47-58.
- _____. 2010. Corinthians, jogai por nós: fórmulas alteradas. In: Motta, A. R. e Salgado, L. (orgs.) *Fórmulas discursivas*. São Paulo: Contexto. p. 59-67.