

## MUDANÇAS NA CRÍTICA GASTRÔNOMICA A PARTIR DO PROCESSO DIALÓGICO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Eduardo Scott Franco de Camargo<sup>1</sup>

### Resumo

A crítica gastronômica chancelada tem sido questionada recentemente pela emergência da comunicação digital. Este artigo discute a mudança do papel e do lugar do crítico gastronômico tradicional frente à proliferação de sites, blogs e redes sociais. O corpus analisado consiste em críticas gastronômicas recentes de Arnaldo Lourençato, no site da revista “Veja São Paulo”; textos do blog “Gastrolândia”; reavaliações de usuários da rede “Trip Advisor”. Metodologicamente, optou-se por investigar como um mesmo estabelecimento foi valorado pelos três espaços de crítica indicados, examinando-se as características formais do discurso e o conteúdo.

Palavras-chave: crítica gastronômica, comunicação digital, dialogia, web 2.0, jornalismo cultural.

### Jornalismo cultural.

O jornalismo cultural nasceu no início do século XVIII, na Inglaterra, em plena revolução industrial, um período de inovações técnicas importantes, entre as quais vale citar o avanço da tipografia. A estas mudanças tecnológicas somaram-se outras como o aumento do público leitor, o incremento da vida urbana e da atividade cultural. É neste momento que surgem as publicações *The Tatler*, criada por Richard Steele, e *The Spectator*, fundada por Richard Steele e Joseph Addison, ambas dedicadas à crítica de costumes.

As máquinas começaram a transformar a economia, a imprensa já tinha sido inventada por Gutemberg, e o Humanismo se propagava da Itália para toda Europa... Os Ensaíes de Montaigne são a matriz evidente das conversações de Addison e Steele. Filho do ensaísmo humanista, o jornalismo cultural inglês também ajudou a dar luz ao movimento iluminista que marcaria o século XVIII (Piza, 2003 p. 8).

---

<sup>1</sup> Mestrando em comunicação no programa de pós-graduação da Fundação Cásper Líbero  
[Eduardoscottconsultoria@gmail.com](mailto:Eduardoscottconsultoria@gmail.com)

Este jornalismo dedicava-se a comentar assuntos do cotidiano da vida urbana londrina. Era a leitura que subsidiava e reproduzia as conversas das mesas de bar, cafés e rodas sociais. A crítica jornalística tem origem também nesta época. Ao passo que as edições destas revistas passaram a ser referência para toda a sociedade. Artigos e resenhas chancelados pelos seus editores ganharam proeminência e credibilidade.

O jornalismo cultural continuou a desenvolver-se nos anos seguintes, sendo incorporado como parte das publicações jornalísticas e também em publicações específicas voltadas à cultura nos gênero opinativo e nos formatos de ensaios, críticas e resenhas.

Existem diversos trabalhos sobre a evolução e a transformação do jornalismo cultural ao longo destes séculos. Grande parte das transformações está ligada a mudanças sociais, econômicas e, na maior parte das vezes, a mudanças tecnológicas. Não cabe neste artigo recuperar toda a história do jornalismo cultural, do qual a crítica gastronômica faz parte. Aqui interessa focar nas transformações mais recentes e causadas principalmente pelas mudanças tecnológicas com o crescimento das mídias digitais e encolhimento da mídia impressa.

Tais modificações transformaram profundamente o jornalismo cultural contemporâneo, sua racionalidade econômica e importância relativa. Já em 2003 em seu livro *Jornalismo cultural* (PIZA, 2003) Daniel Piza discute a questão. E nessa época a internet era uma mídia incipiente, sem a penetração que tem hoje.

Nada há de nostalgia ou negativismos em observar que o jornalismo cultural brasileiro já não é como antes. Pequeno panorama histórico é suficiente para mostrar que grandes publicações e autores do passado têm hoje poucos equivalentes. Mais que uma perda de espaço, trata-se de uma perda de consistência e ousadia e, como causa e efeito, uma perda de influência. (Piza, 2003, p. 5)

Caio Túlio Costa chama a atenção para algumas modificações no jornalismo também antes da disseminação da internet.

Em resumo, para tentar salvar o jornalismo tradicional, os especialistas norte americanos afirmam: o jornalismo está ficando cada vez mais rápido, inexato e barato; quanto mais partidariado, mais desconfiado fica o público em relação às notícias; os jornalistas mais experientes estão se aposentando e tudo de bom trazido por essa geração está se pulverizando; as empresas precisam investir em novas audiências, mas não o fazem; para se adaptar aos novos tempos, o jornalismo tem que ser mais transparente, trazer mais expertise e alargar o campo de seu farol (Costa, 2005, p.188).

### **A crítica como formato jornalístico.**

Diversos teóricos dedicaram-se a classificar os gêneros jornalísticos e seus formatos.

Esta classificação , no entanto, não é homogênea e traz diferenças conceituais importantes

Desta maneira... o esquema de classificação de gêneros jornalísticos vai além do informativo. Opinativo e interpretativo. Por trás de cada um destes há uma gama ainda mais especializada de classificação e formatos que também não alcança unanimidade de nomenclatura, entre as classificações dos sete autores apresentados... A crítica objeto deste estudo aparece três vezes como formato do gênero jornalístico de opinião. (Braga, 2013 p. 38);

A crítica é mais comumente classificada como um formato jornalístico ligado ao gênero jornalismo de opinião e este será o nosso enfoque.

Longe de apego aos esquemas formais classificatórios, o que nos interessa ao classificar a crítica é determinar o quanto ela depende de aspectos subjetivos e pessoais e o quanto ela depende de aspectos objetivos. Com um formato definido, a crítica requer alguns cuidados formais. Se de um lado um crítico expressa suas opiniões, o formato em que o faz, deve seguir alguns parâmetros de enorme importância para que o leitor identifique que tipo de informação ele esta recebendo e que postura deve tomar com relação ao conteúdo publicado.

### **A crítica como forma de dominação.**

Compreender de que maneira a crítica gastronômica interage hoje com os interesses econômicos é fundamental para o entendimento das recentes mudanças na crítica gastronômica contemporânea, assim como e fundamental entender os novos desafios e possibilidades que as novas tecnologias digitais passam a nos apresentar ao promover novos modelos de comunicação e construção de conteúdo.

Na década de 90, foi retomada uma ideia a respeito da critica cultural inicialmente desenvolvida pelo sociólogo americano Daniel Bell em seu livro “*the end of ideology*”, publicado na década de 50. Suas ideias se confrontavam com as posições da escola de Frankfurt e com as posições de Adorno para quem a esfera política e cultural não eram autônoma da esfera econômica, pelo contrário, subordinavam-se a ela. Para Bell a esfera

cultural teria autonomia em relação à esfera política e econômica. Assim no primeiro caso, o da escola de Frankfurt, a crítica estaria inevitavelmente ligada à ideologia e à dominação do Capital, através da lógica da indústria cultural – conceito desenvolvido pelo próprio Adorno.

A crítica, na visão de Adorno, serviria para legitimar a dominação e a hegemonia capitalista ao reforçar e promover a acumulação e domínio a partir de produtos nascidos na própria cultura e comercializados por uma indústria cujo principal interesse é o lucro. Como a crítica se subordinaria aos interesses econômicos? Em uma primeira fase isto estaria bastante ligado ao objeto da própria crítica e também à mídia utilizada para sua veiculação. Recentemente alguns estudos discutem que nem mesmo a democratização da cultura, que se exacerbou com a difusão das ferramentas digitais seria capaz de romper esta subordinação entre cultura e capital e entre crítica cultural (aonde se insere a gastronômica) e capitalismo.

... Há uma nítida fissura entre os conteúdos ideológicos da promessa de uma vida mais justa por causa da “democratização da cultura” e o real cumprimento dessa intenção. De fato, a produção cultural que se submete quase que por completo ao seu caráter de valor afasta-se de si própria, ou seja, termina por negar toda possibilidade de felicidade ao dissimular um verdadeiro estado de liberdade. Desta forma, este texto objetiva argumentar que a essência do conceito de Indústria Cultural não só permanece atual, como também é relevante para a crítica das condições sociais que fundamentam a universalização da semiformação (Halbbildung). Procura-se também asseverar que uma concepção educacional crítica, balizada nos escritos de Theodor W. Adorno poderia oferecer subsídios iniciais para uma práxis de resistência a esse processo de debilitação da cultura (Zuin. 2001 p.10);

Assim sendo a partir de 1990 alguns teóricos retomaram a ideia de que a crítica e a cultura não seriam autônomas em relação à lógica capitalista. Mas outros continuaram a defender que existe uma autonomia e que o próprio desenvolvimento tecnológico e as mídias digitais contribuem para o surgimento de uma crítica e um jornalismo mais independente e não subordinado aos interesses capitalistas. A discussão estende-se e ate acirra-se. Sendo parte fundamental do nosso artigo, pois o entendimento destas relações ajudara a compreender algumas mudanças na crítica e no jornalismo gastronômico que acontecem agora.

Evidenciar a subordinação da crítica a indústria corresponde a dizer que a crítica não é desvinculada de interesses da indústria de restaurantes, hotelaria, alimentação e tantos outros setores que compõem ou exploram o glamorizado conceito de gastronomia no século XXI.

Alguns autores, no entanto, apostam na tecnologia e na internet como uma forma de subverter esta ordem econômica e esta lógica de dominação.

O mundo vive momentos de alterações em seus processos comunicacionais, graças à globalização e às inovações tecnológicas. Os resultados da aldeia global têm provocado na sociedade uma homogeneidade cultural, anunciada desde as teorias da escola de Frankfurt, que criticavam os efeitos da indústria cultural. Com a construção de uma unidade cultural, o consumo fica mais fácil de ser provocado. Da mesma forma, os conceitos políticos e sociais passam a ser facilmente aplicados na sociedade, através dos processos de comunicação de massa. Por outro lado, estes processos podem ser utilizados em benefício próprio, como defende de forma otimista Canclini (Dalla Rosa et al, 2006).

Para Canclini, assim como para o francês Wolton (2003), o otimismo sobre a aldeia global ganha espaço, a partir do momento em que os processos comunicacionais ganham suporte tecnológico simplificado. Atualmente, um cidadão com uma câmera fotográfica digital e um computador pessoal precisa somente de boas ideias para garantir sua indústria cultural, e com a mesma facilidade pode encontrar espaço para exibir seus produtos na Internet, ou seja, em um espaço de comunicação de massa, ao lado de grandes empresas que defendem interesses neoliberais. Agora, a sociedade vive mudanças que podem vir a reforçar o otimismo de Canclini e Wolton, além de oferecer um novo espaço para que a classe subalterna exponha seus traços culturais na Internet: o Youtube (Renó, Denis, 2007, p. 3).

### **A gastronomia e a indústria cultural**

A gastronomia aparece como produto da indústria cultural de maneira mais clara no fim do século XX e início do século XXI. Até pouco tempo a gastronomia era um assunto para poucos. No fim dos anos 1990 apareceram as primeiras escolas de gastronomia no Brasil e nos últimos 10 anos o setor tem encontrado um desenvolvimento sem paralelo. Em torno da arte de bem-receber e da alimentação desenvolveu-se uma complexa indústria cultural. São sites, blogs, feiras, guias, estúdios, escolas, empresas, consultores que se dedicam a desenvolver negócios ligados a alimentação. O que era um assunto mais afeito ao universo feminino, às tradições regionais e familiares transformou-se no assunto do dia, na pauta da vez. Estudos sociológicos, como os de Câmara Cascudo e algumas referências contidas na obra de Gilberto Freire, além de registros familiares, domésticos e folclóricos, serviram de

base para o desenvolvimento de uma sociologia da alimentação no Brasil. Na França e na Europa a alimentação, o gosto e a gastronomia chamaram a atenção dos cientistas sociais bem antes. Edgar Morin, Roland Barthes e outros cientistas sociais já tinham incorporado a alimentação e a gastronomia à epistemologia da sociologia.

A partir desta inclusão a gastronomia, a alimentação e o gosto passaram a ser discutidos dentro da academia contribuindo para que o entendimento do assunto se aprofundasse explorando-se suas conexões com os diversos campos das ciências sociais e até da medicina e da engenharia.

Passados quase duzentos anos, a gastronomia desempenha um papel completamente novo na sociedade. Tornou-se um tema cultural tão importante quanto à moda, à sexualidade, a violência. É reivindicada como aparentada às artes, à simples nutrição, ou mesmo aos negócios. Sua assombrosa vulgarização parece exigir de cada um de nós que saiba explicar, a qualquer momento, afinal por que escolheu comer determinada coisa e não outra. (Dória, 2015)

## **Hegemonia cultural**

O conceito de hegemonia cultural desenvolvido por Antônio Gramsci é central para a compreensão da lógica da dominação através da indústria cultural. Para Gramsci a dominação pressupõe não só a hegemonia política, mas também a cultural, que acontece quando valores, princípios e a até mesmo a produção simbólica de uma classe se sobrepõe a outras.

A classe dominante impõe sua visão de mundo ao controlar os meios de comunicação e a produção e a veiculação de conteúdos. A mídia hegemônica assim definida é a mídia que veicula estes conteúdos e defende o interesse desta classe.

O conceito de hegemonia desenvolvido pelo filósofo marxista italiano Antonio Gramsci ajuda-nos a desvendar os jogos de consenso e dissenso que atravessam e condicionam a produção simbólica nos meios de comunicação, interferindo na conformação do imaginário social e nas disputas de sentido e de poder na contemporaneidade (de Moraes, 1978).

## **A crítica chancelada**

A crítica chancelada, aquela que é publicada em mídias reconhecidamente hegemônicas, como jornais e revistas de alta circulação, redes de rádio e televisão foram durante muito tempo a única fonte de acesso do público a conteúdos jornalísticos opinativos a respeito dos produtos ligados à gastronomia.

No Brasil, críticos como Saul Galvão e mais recentemente Josimar Melo, Arnaldo Lourençato e Luís Américo Camargo atuaram, durante longo tempo, ligados a grandes meios de comunicação hegemônicos que os investiam de autoridade e credibilidade, ao mesmo tempo em que a opinião dos mesmos ganhava importância pelo próprio alcance e efeito que provocava nos negócios do setor.

Lourençato, por exemplo, evoluiu-se em uma polêmica ao criticar muito negativamente o restaurante Dalva e Dito, do chef-estrela Alex Atala. Publicou na revista Veja São Paulo a crítica que questionava a qualidade e a proposta do estabelecimento, causando perplexidade nos seus pares e seguidores.

A crítica gastronômica não teve grandes espaços na televisão ou no rádio até bem pouco tempo. Eram poucas as reportagens sobre bares e restaurantes veiculadas em rádios ou canais de TV. O espaço da crítica gastronômica sempre foi à mídia escrita. Recentemente, contudo, a gastronomia alcançou outro status.

O crescimento das mídias digitais e plataformas de publicação de conteúdo independente como blogs, sites pessoais e mídias sociais começaram a configurar um novo espaço público cibernético alterando enormemente o panorama de outrora.

Dois tipos de crítica passaram a ter grande destaque na internet: a dos profissionais, que preferiram publicar conteúdo independente, e a dos amadores, que passaram a publicar suas opiniões em espaços que permitem a troca de conteúdo e a construção de conteúdo através do diálogo cibernético.

A dialogia, conceito desenvolvido pelo russo Bakhtin, implica na criação de signos e significados a partir da troca e da interação social. Neste sentido a construção de conteúdo e signos no espaço cibernético torna extremamente atual a discussão da construção do que se materializou nas distintas visões de Piaget, Vygotsky e Bakhtin.

As duas manifestações que se tornaram possíveis com o crescimento da web aos poucos acabaram por tomar a cena.

Recentemente a Folha de São Paulo diminuiu radicalmente o espaço editorial dado à gastronomia e cortou o contrato de dois dos seus mais antigos e mais renomados articulistas e críticos gastronômicos Josimar Melo (que agora é colaborador) e Nina Horta.

O público passou a interessar-se pela notícia desvinculada das chancelas, passou a valorizar mais seus pares que os oráculos e gurus encastelados em redações confortáveis, restaurantes luxuosos, nutridos por dezenas de empresas de assessoria de imprensa que lutam arduamente para pautar, influir, seduzir e prover com textos prontos e serviços adicionais como fotos e editoriais, os editores e críticos de gastronomia.

Com o corte de custos das redações, a queda do número de assinantes, a diminuição da receita publicitária e a migração da imprensa para a mídia digital, os jornais e revistas acabaram cortando equipes de profissionais dedicados a produzir conteúdos culturais.

Numa simbiose questionável, jornalistas, críticos e assessores de imprensa, que defendem interesses de grupos bem estruturados, passaram a atuar em colaboração, oferecendo, não só informações, mas, muitas vezes, conteúdo formatado e pronto para veiculação na mídia hegemônica.

O espaço público cibernético e a construção dialógica pode, neste sentido, ser uma alternativa à produção da indústria cultural hegemônica, à ditadura do gosto da classe dominante à dominação cultural. Dependendo da qualidade dos interlocutores e da liberdade de acesso e expressão que a internet conseguir alcançar.

### **O restaurante Pomodori, um estudo de caso.**

Usei três publicações para fazer um estudo de caso sobre as características da crítica chancelada, da crítica dos blogs e dos sites de ranqueamento, que são redes sociais digitais, característicos da web 2.0.

Elegi o restaurante POMODORI e as críticas de Arnaldo Lourençato, publicada na revista Veja São Paulo e referenciada em seu Blog, a Crítica publicada pelo Blog Gastrolândia, de Ailin Aleixo e a página do Pomodori na plataforma de ranqueamento e dicas de viagem TrIp Advisor.

O Pomodori é um restaurante que está aberto há algum tempo na cidade. Localizado no bairro do Itaim, nasceu com a associação de dois jovens chefes muito talentosos e uma empresária. Em um salão diminuto com a proposta de uma culinária Italiana de alta qualidade e ingredientes caros fez sua fama. Em sua primeira fase o Pomodori tinha poucos lugares, uma estratégia comercial diferente na época e, talvez tenha sido um dos primeiros restaurantes autorais da nova geração. Seus Chefes Jefferson Rueda e Rodrigo Martins são hoje chefes renomados e empresários de sucesso. O Restaurante, no entanto, passou pela mão de diversos chefes após a saída de Jefferson e Rodrigo e a crítica em análise refere-se à última mudança acontecida no comando das panelas, O Pomodori reabriu reformado em 13 de março de 2015.

Arnaldo Lourençato é hoje um dos mais respeitados críticos gastronômicos de São Paulo e é responsável pela crítica semanal publicada na Revista Veja São Paulo a mais influente publicação da cidade de São Paulo.

A crítica publicada na Revista Veja por Lourençato e Elena Galante é curta. Descreve objetivamente mudanças ocorridas no ambiente e alguns pratos do cardápio. Traz uma leve reclamação no preparo de um dos pratos e muitos elogios. O Crítico não comenta sobre o ambiente, o serviço, à carta de vinhos e bebidas, importantes elementos que compõem o conceito de um restaurante.

A chef Tassia Magalhães, de 25 anos, está sempre em voltagem máxima e revela-se um dos expoentes da nova geração de cozinheiros. Ela não para de criar sugestões para o Pomodori, casa que comprou no ano passado em parceria com o marido, o administrador de empresas Rodrigo Gianecchini. Impressionam pratos que conectam a Itália da tradição ao receituário contemporâneo. Um exemplo de modernidade saborosa em bela apresentação, a releitura Caprese reúne sobras de manjerição, tomate e moçare-la de búfala mais uma telha de tomate-caqui e outra de pão, além de molho de tomate e pesos clássico e de azeitona (R\$ 32,00). Cobertas por emulsão de manteiga e limão-siciliano, as delicadas vieiras grelhadas vêm sobre creme de mandioquinha (R\$ 30,00). O cavatelli, massa fresca curta, recebe uma combinação de camarão, pancetta, minimilho, vagem e manjerição (R\$ 60,00). Cozida lentamente, a apetitosa galinha-da-índia ressurte-se de uma farofa de milho um tantinho seca. Custa R\$ 70,00. A torta de limão-siciliano com coco, na justa doçura, é cercada por compota de abacaxi (R\$ 25,00). (Lourençato, 2013)

A revista também traz as informações básicas como endereço, telefone e horários de abertura, preços individuais dos pratos e gasto médio por pessoas.

Em pesquisa realizada em blog do mesmo crítico identificamos duas outras reportagens. Uma quando o restaurante fechou para reforma, nesta matéria foram anexadas imagens em

perspectiva da reforma como um croqui feito pelo arquiteto responsável, À outra reportagem, mais extensa, falava sobre os objetivos dos novos proprietários e trazia a o cardápio na íntegra. .

A crítica publicada por Ailin Aleixo em seu blog já é bem mais completa e descreve maior número de pratos, trazendo inúmeras fotografias uma linguagem pouco mais informal como: “por falar em molhos, todos os que provei estavam pródigos em gordura e, por vezes, deram uma pesada, como aconteceu na carne de panela do cardápio executivo, com excesso de tutano” (Aleixo, 2014).

O Gastrolândia também não comentou sobre serviço e carta de bebidas.

Trouxe as informações de funcionamento, endereço, telefone também. O blog tem uma área para a publicação de comentários. No entanto não havia nenhum comentário publicado,

Chama a atenção o número de fotos publicadas, numa clara sinalização de que espaço não é uma restrição nas matérias publicadas nas mídias digitais.

A plataforma de ranqueamento Trip Advisor se diferencia enormemente. A página do restaurante traz primeiramente uma análise estatística de todas as avaliações publicadas em relação à pontuação geral e a itens como serviço, comida, ambiente e preço. Além dos números, as avaliações estão disponíveis e os internautas identificados e ranqueados de acordo com seu uso da ferramenta, o que confere maior credibilidade aos comentários publicados Nos comentários há a possibilidade de interação entre o internauta que avaliou a casa e a equipe do local avaliado.

A plataforma é patrocinada e traz banners de anunciantes

### **Considerações finais**

A crítica gastronômica sofre grandes transformações, assim como sofre o jornalismo tradicional. As mídias digitais são um grande impulso a esta mudança. Mas nem sempre o ambiente digital transforma o jornalismo. Como pudemos constatar, às vezes, a publicação

em blogs reproduz a forma e o discurso da crítica hegemônica, se baseando na opinião dos jornalistas responsáveis pelo site e pela reportagem, sendo pouco participativos e dependentes de gostos e crenças pessoais e permeáveis a interesses econômicos de grupos particulares.

As críticas construídas em ambientes dialógicos e sites de ranqueamento, incorporam diversas opiniões, trazem uma análise mais completa e menos dependente de opiniões pessoais isoladas. Na verdade, com a participação de muitos internautas, estas ferramentas trazem mais material para que o leitor-internauta construa sua própria avaliação ao mesmo tempo em que permite a interação dialógica. A principal questão está na qualificação do avaliador. Se de um lado o maior número de avaliações permite uma visão mais completa a qualidade da crítica pode ser questionada.

O que de fato podemos afirmar é que, seja pela proliferação de ferramentas dialógicas de avaliação, seja pelo aumento da cobertura e do acesso a internet, o ambiente digital tem tomado à cena. Por outro lado, os altos custos e queda das receitas tributárias dos meios de comunicação hegemônicos tradicionais colocam grandes desafios à sua sobrevivência.

### **Referências bibliográficas.**

- BRAGA, Carolina **A crítica jornalística de cinema na internet: um dispositivo em transformação.** Dissertação (Doutorado em comunicação) Universitat Autònoma de Barcelona. Departament Mitjans, p;38 Comunicació i Cultura, Barcelona Espanha 2013
- COSTA, Caio Túlio, **Modernidade líquida, comunicação concentrada,** revista USP, São Paulo, n.66, p. 178-197, junho/agosto 2005
- DE MORAES, Dênis. **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci.** Revista Debates, v. 4, n. 1, p. 54, 1978.
- DÓRIA, Carlos Alberto. **O que é a gastronomia hoje?** Revista Cult N 198 São Paulo, 2015 disponível em: [revistacult.uol.com.br/home/2015/02/o-que-e-a-gastronomia-hoje/](http://revistacult.uol.com.br/home/2015/02/o-que-e-a-gastronomia-hoje/).
- PIZA, Daniel **Jornalismo cultural,** Rio de Janeiro Contexto 2003
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet.** Coleção Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RENÓ, Dennis **YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio.** Revista Latina de Comunicación Social, 62.:
- ZUIN, Antônio Álvaro Soares **Sobre a atualidade do conceito de da indústria cultural,** Cadernos Cedes, ano XXI, nº 54, agosto/2001.