

RIO GRANDE DO NORTE

A gastronomia popular/regional no Tribuna do Norte

por Maria Érica de Oliveira Lima,
Libny Silva Freire e
Flávia Serafim



RIO GRANDE DO NORTE

A gastronomia popular/regional no *Tribuna do Norte*

Maria Érica de Oliveira Lima¹

Libny Silva Freire^[2]

Flávia Serafim^[3]

RESUMO

O artigo consiste na análise quantitativa e de conteúdo do jornal *Tribuna do Norte*, da Cidade do Natal no Nordeste brasileiro. Visando encontrar elementos folkcomunicaçãois em matérias relacionadas à gastronomia e discutir essa produção midiática analisamos nove edições do jornal publicadas em agosto de 2011. A partir do lançamento em planilhas das diversas informações das edições analisadas, buscamos identificar as referências étnicas, os hábitos culturais, os valores religiosos e os aspectos folclóricos, relacionando esses elementos com os que se originam no saber e na cultura local. Enfim, concluímos que a presença gastronômica popular/regional no *Tribuna do Norte* tem mais valor comercial, publicitário, sendo que as matérias tendem a arrecadar recursos para os jornais do que retratar costumes e hábitos da população.

PALAVRAS CHAVE

Jornalismo impresso; Gastronomia; *Tribuna do Norte*; Identidade cultural; Análise de Conteúdo; Folkcomunicação.

The gastronomy popular/regional in *Tribuna do Norte*

ABSTRACT

The paper is a quantitative content analysis of the newspaper *Tribuna do Norte*, from Natal town in the Brazil's Northeastern. Aiming to find folk elements on food production represented in the paper, by folkcommunication theoretical apparatus, we will analyze nine editions of the newspaper published in August 2011. From the launch of several spreadsheets of information issues analyzed, we seek to identify the ethnics references, cultural habits, religious values, all of them by the folkcommunication point o view, in order to relate these elements to a cultural knowledge. Finally, we conclude that the regional gastronomic issues in *Tribuna do Norte*, have mostly an commercial than an cultural importance, once the paper doesn't portray the customs and habits of the population but their commercial production.

¹ Maria Érica de Oliveira Lima é jornalista, doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo e Universidade Fernando Pessoa (Porto, Portugal) e professora adjunta do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PpgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Natal, Brasil). Vice-presidente da Rede de Pesquisadores Folkcomunicação. Orientadora na condição de Iniciação Científica (bolsa Reuni/Propesq/UFRN). E-mail: mariaerica@cchla.ufrn.br

² Jornalista, mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN) na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Produção de Sentido. Pesquisa mídia, cultura popular, música e suas relações com gênero. E-mail: libnyrn@gmail.com

³ Jornalista, Pesquisadora de Iniciação Científica (2010-2011) realizada no Departamento de Comunicação (DECOM/UFRN). E-mail: flaviapserafim@gmail.com

KEYWORDS

Journalism, Gastronomy, *Tribuna do Norte*, Cultural identity, Content Analysis, Folkcomunicação.

Introdução

O jornal *Tribuna do Norte* é um dos principais veículos impressos da cidade do Natal no Nordeste brasileiro. Elaboramos uma pesquisa quantitativa a partir de uma análise de conteúdo no período do mês de agosto de 2011. Foram encontradas em nove edições vinte matérias jornalísticas referentes a gastronomia. O jornal *Tribuna do Norte* não possui um caderno voltado a essa área e nem tão pouco alguma edição especial mensal ou semanal acerca do assunto. Por isso que prevaleceu, neste sentido, as matérias pagas. Normalmente, jornais menores e de representação micro-regional não investem em matérias ou assuntos acerca da gastronomia. Apesar da cidade do Natal ser um município turístico e ter importantes restaurantes tanto de âmbito nacional, regional quanto internacional (cozinha italiana, contemporânea, chinesa, japonesa, tailandesa, mexicana) e pelo fluxo de turismo, esta vocação não é retratada no jornalismo impresso local.

O conceito de gastronomia é muito diversificado e amplo. Está muito ligado a evolução da raça humana. Por isso, a gastronomia assume várias formas e componentes, desde a noção básica do modo como nos alimentamos e que esse processo resulta na obtenção de nutrientes, energias para nosso organismo, como atividades de pensar e agir. Também compreende, a gastronomia, uma complexa relação que desperta os órgãos sensoriais do nosso organismo.

De uma cultura muito antiga, a gastronomia esteve presente nas grandes transformações sociais e políticas. A alimentação, claramente, passou por várias etapas ao longo do desenvolvimento humano. Se formos pensar desde a condição humana nômade, caçador até hoje, a condição do homem sedentário do século XXI, certamente pensaríamos na alimentação. Antes do surgimento do fogo, os alimentos eram basicamente raízes, frutos, talos, folhas, e depois a carne e o peixe, que nossos ancestrais com seu aparelho dentário e digestivo conseguiam devorá-los ainda crus. A representação simbólica do homem primitivo, sem dúvida, passa pela imagem de homens que caçavam com arco e flecha e pescavam com anzóis e arpões. Neste sentido, com os vestígios de inteligência o homem passou a montar armadilhas para prender animais e assim consumi-los para suas necessidades. Com a descoberta do fogo o homem passou, em certa medida,

para uma maior independência e variedade no modo de alimentação. Surgiu, portanto, a ideia de cadeia alimentar, fato esse que consolidou significativamente a domesticação de animais e a evolução de técnicas agrícolas. Obviamente que com o fogo muitas das doenças que eram provenientes de consumo de alimentos crus foram aos poucos sendo eliminadas. Neste sentido, os alimentos ganharam mais sabor e o ser humano começou a adquirir uma condição mais saudável.

Com a detenção da terra e, portanto, o desenvolvimento da agricultura surgiram grandes ofertas de alimentos (matéria-prima), o que provocou um aumento demográfico fazendo com que os recursos se esgotassem e muitos humanos passaram a migrar para novos locais com intenção de sobreviverem e explorarem².

A partir daí surgem o comércio e os descobrimentos. Em navios gregos, fenícios, e mais adiante os cartagineses e romanos, as especiarias que foram tão importantes na alimentação chegaram à Europa e ao Norte de África. Originárias do Oriente a importância da pimenta, da canela, da noz-moscada ou do cravo conquistou hábitos alimentares dos europeus. Durante a Idade Média, sobretudo a partir dos séculos XII e XIII, os genoveses e os venezianos garantiram o abastecimento graças a negociação com os comerciantes muçulmanos e assim obtinham as especiarias pela Rotas do Levante, por meio de suas feitorias do Mar Negro e da Ásia Menor.

A partir do século XV, portanto, os portugueses, através da Rota do Cabo, se organizaram mediante o comércio de especiarias. Muitas delas eram usadas não só como condimentos, mas também na conservação dos alimentos e no fabrico de outros produtos, percebendo-se aí a formação de receitas, preparos, experiências e novas descobertas.

Muitas guerras tiveram o mundo por conta da apropriação de recursos naturais e alimentares. De uma maneira geral, ter recursos naturais determinava o poder e conseqüentemente a questão da dominação entre nações e povos. Não por nada, mas as especiarias foi um dos fatores do declínio do Império Romano. Quando Portugal partiu para os descobrimentos marítimos também controlou significativamente as rotas dos temperos.

Foi nesse cenário político e social da época que os alimentos ganharam *status* e importância. O ato de preparar alimentos, cozinhar, experimentar, combinar, cambiar,

² Exceções na história antiga: o Egito e a Mesopotâmia. Por conta da fertilidade das águas dos rios Nilo, Tigre e Eufrates, respectivamente, fizeram com que essas nações se mantivessem constantes ao longo de centenas de anos.

fizeram com que a gastronomia nos dias atuais tenha tanta visibilidade. Com a modernidade, certamente, e paralelo as transformações humanas por conta de aparatos tecnológicos é que possamos, hoje, por exemplo, ter um programa de televisão acerca da gastronomia ou até mesmo canais especializados, cadernos especiais de jornais, revistas especializadas e daí por diante.

No nosso caso, verificamos a atenção jornalística do jornal impresso *Tribuna do Norte*, da cidade do Natal, num determinado período, com relação a gastronomia. Não obstante, os resultados quantitativos determinaram nossas análises e, portanto, pela pouca expressão que o assunto representou no veículo local não tivemos como aprofundar em leituras mais significativas.

Resultados

Tabela 1 - Elementos noticiosos nas matérias jornalísticas:

Presença de elemento noticioso	
Sim	11
Não	9

Gráfico 1 – Presença de elementos noticiosos

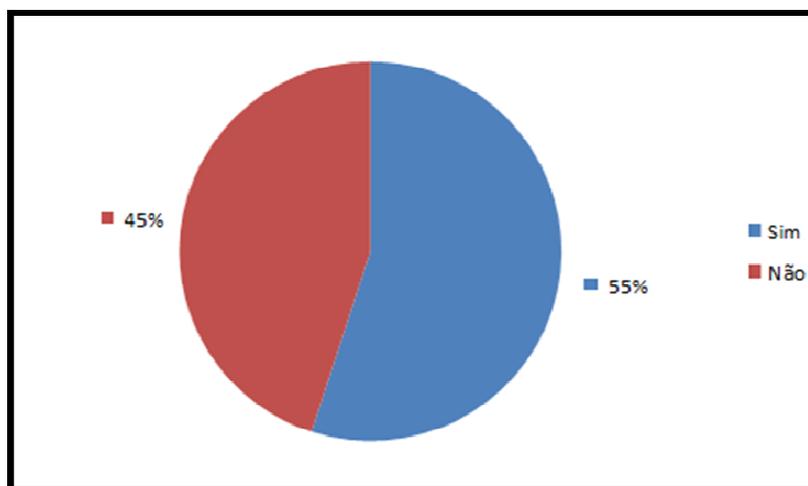


Tabela 2 - Presença na capa do jornal Tribuna do Norte:

Chamada de capa	
Sim	8
Não	12

Gráfico 2 - Presença na capa do jornal Tribuna do Norte:

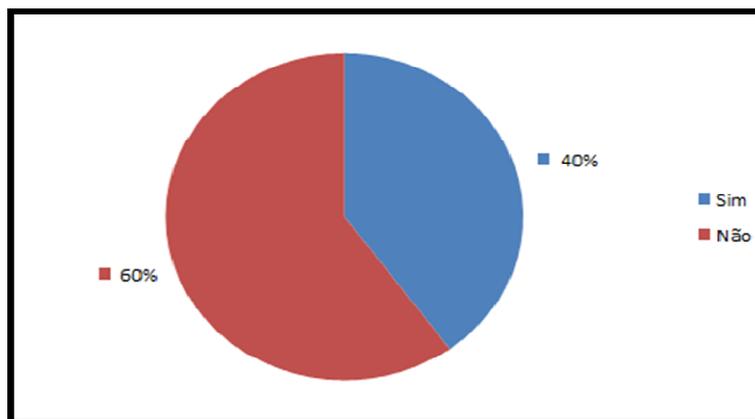


Tabela 3 - Chamada em primeira página:

Destaque na página	
Sim	19
Não	1

Gráfico 3 – Destaque na primeira página

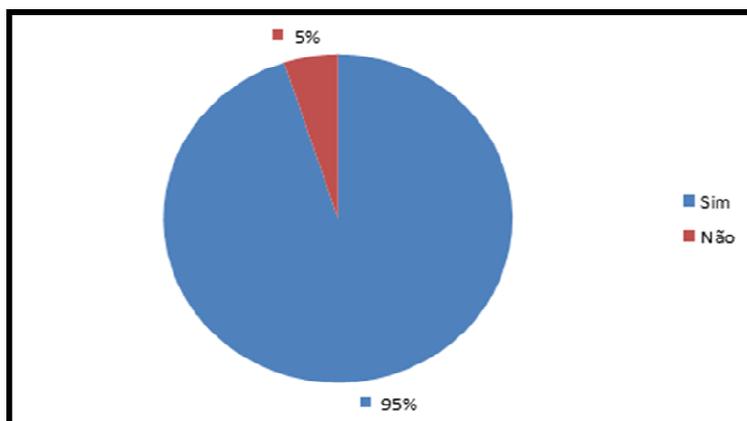


Tabela 4 - Com relação a temporalidade das matérias jornalísticas:

Temporalidade	
Presente e futuro	13
Passado e futuro	1
Passado e presente	2
Passado	1
Presente	2
Futuro	1

Gráfico 4 – Espaço / Tempo

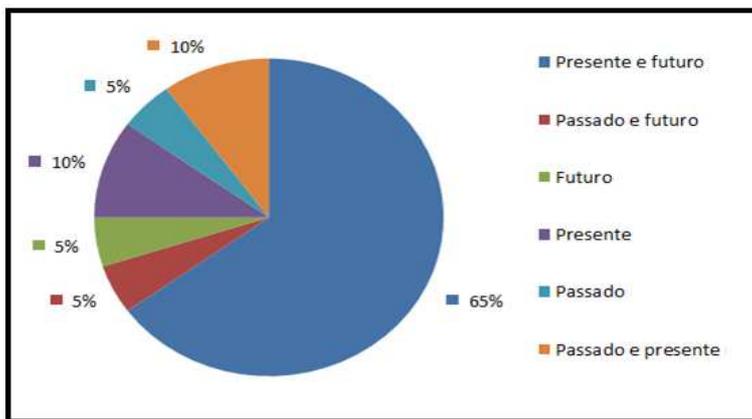


Tabela 5 - Com relação a territorialidade de onde foram feitas as matérias:

Territorialidade	
Global	2
Local	17
Nacional	1

Gráfico 5 – Territorialidade

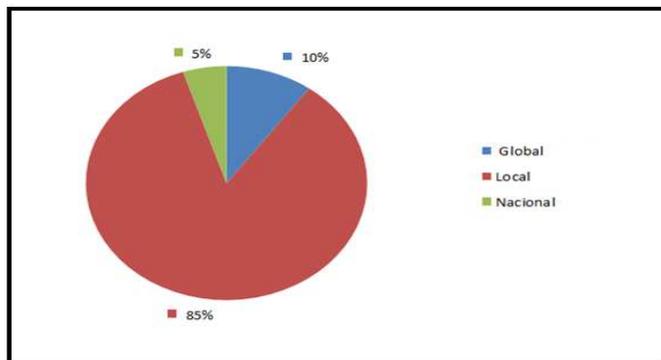


Tabela 6 - Elementos folkcomunicaçãois (a comunicação nas manifestações populares: festas religiosas, receitas de tradição familiar, receitas da classe popular que ganharam status de consumo e modismos, festas populares como São João):

Presença de elemento Folk	
Sim	1
Não	19

Gráfico 06 – Presença de elemento Folk

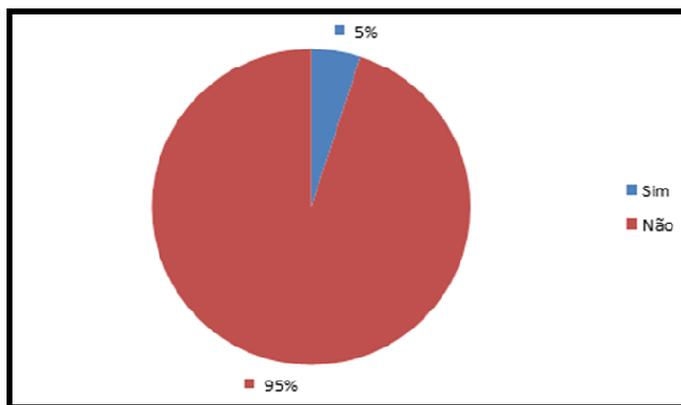


Tabela 7 - Presença das referências local, nacional e global nas matérias jornalísticas acerca de gastronomia:

Matérias que tratam do local	
Referências nacionais	2
Referências globais	11
Somente referências locais	4
Número de matérias que mencionam tradições	
Menção à tradição potiguar	5
Menção à outra tradição	6
Nenhuma menção	9

Gráfico 7 – Matérias que tratam do local

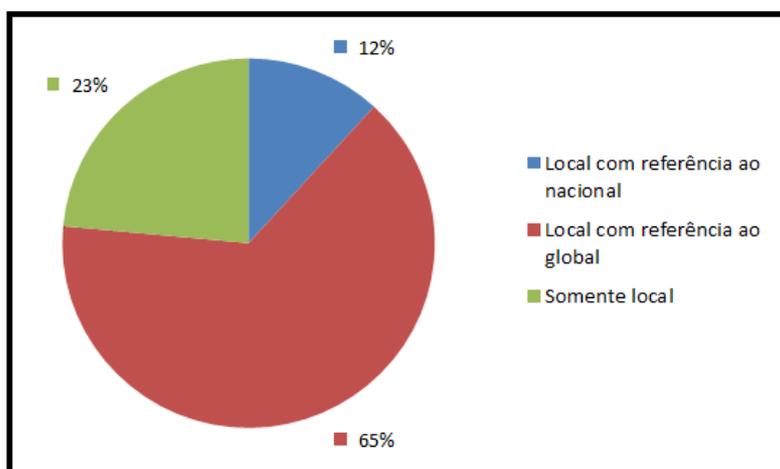


Tabela 8 - Intercâmbio entre culturas no âmbito da gastronomia:

Presença de Intercâmbio Cultural	
Sim	9
Não	11
Presença de evento ou agenda cultural	
Sim	5
Não	15

Gráfico 8 – Presença de intercâmbio cultural

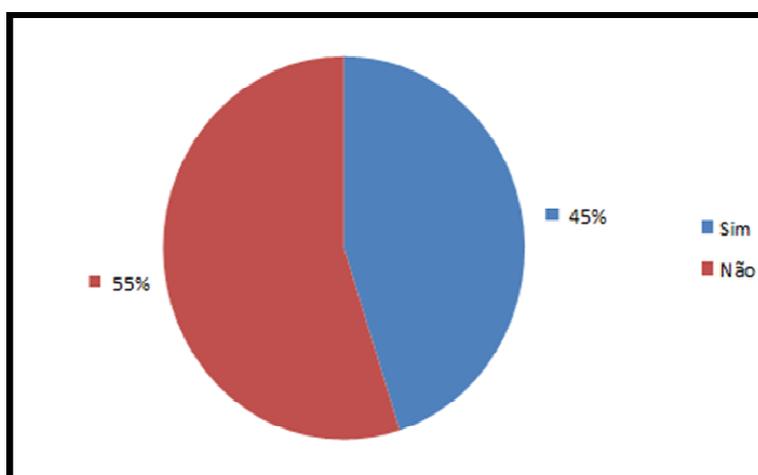


Tabela 9 - Consideradas matérias pagas tendo como referência um estabelecimento comercial (restaurantes, cafés, bistrôs, supermercados, programas de culinária regional, marcas de produtos alimentícios).

Matéria paga?	
Sim	19
Não	1

Gráfico 9 – Matéria paga?

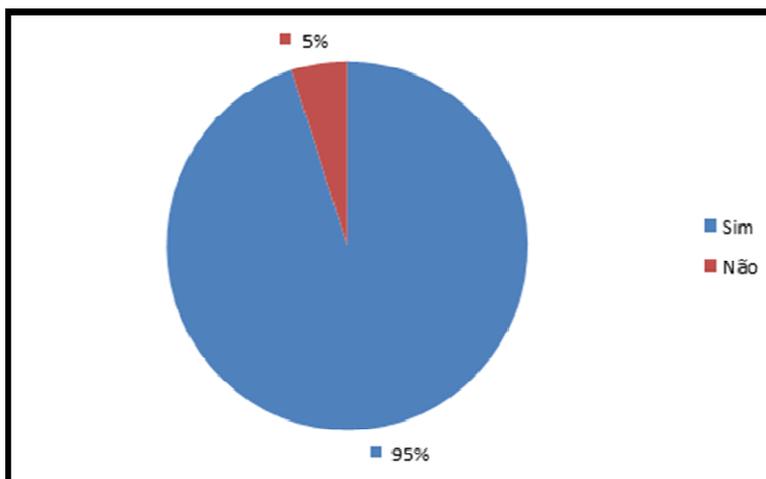


Tabela 10 - Fotografias nas matérias jornalísticas acerca da gastronomia:

Presença de fotos	
Sim	19
Não	1

Gráfico 10 – Presença de fotos

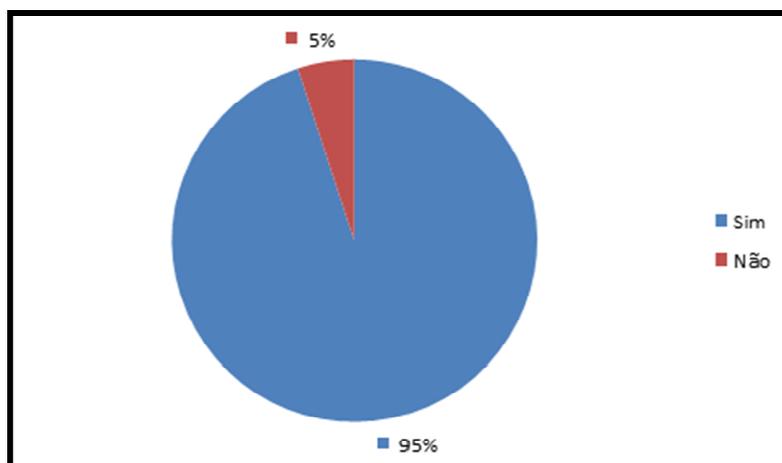
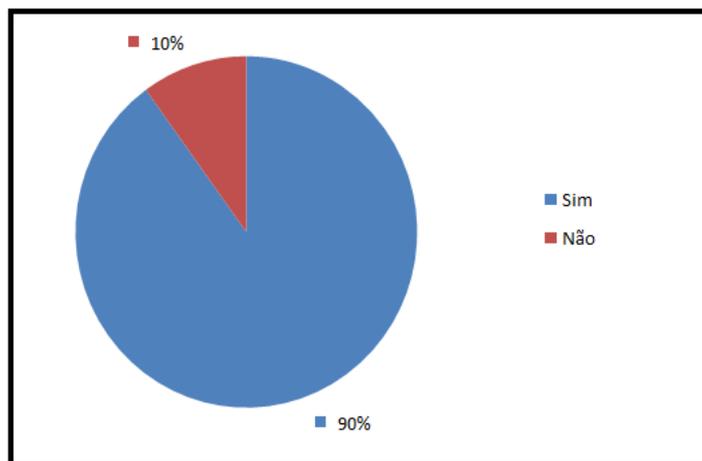


Tabela 11 - Presença de publicidade nas matérias jornalísticas:

Presença de publicidade	
Sim	18
Não	2

Gráfico 11 – Presença de Publicidade



Considerações finais

A primeira grande conclusão a extrair deste trabalho é a de que, no geral, o jornal *Tribuna do Norte* dedicou muito pouco espaço para o assunto gastronomia. Não apresentou matérias especializadas e nem caderno destinado apenas a esse tema.

A segunda conclusão a extrair deste trabalho é a de que o jornal estabeleceu uma relação importante com a publicidade e a condição de matérias pagas acerca do assunto. Ou seja, de muitas matérias de gastronomia somente uma não foi matéria paga. Isso determinou certo provincianismo na condição econômica do *Tribuna*, assim também como a falta de criatividade e de percepção das potencialidades locais levando em conta que a cidade do Natal possui importantes estabelecimentos comerciais no ramo gastronômico, assim também como fluxos e influências devido a sua condição turística, o que certamente não esteve representado no jornal. Por isso que as matérias de caráter local não foram de maiores registros e conseqüentemente no que se refere a tradição potiguar possui inexpressiva visibilidade se formos comparar com o número de nenhuma menção ou matérias de conteúdo global.

Em terceiro lugar, tendo em conta as hipóteses de pesquisa inicialmente colocadas e as perguntas de investigação correlatas, os dados obtidos na *análise quantitativa* permitiram concluir o seguinte:

- 1) O considerado mediano o valor-notícia acerca da gastronomia, demonstrando apenas o suficiente para relevar a sua condição de uma presença, porém tímida e pouco elaborada perante a criatividade, a inovação, e os recursos jornalísticos;

2) A presença do elemento folk está numa única matéria quando se remete a gastronomia local destacando a tradição potiguar mediante as receitas a base de milho tendo a comunicação oral e a manifestação dos festejos juninos que já tinham passado elemento referencial. Curiosamente, apesar de termos cinco matérias que comentam textualmente a tradição potiguar, quatro delas não remeteram a elementos folks como festividades, manifestações e valores populares. A tradição potiguar se localizou na gastronomia litorânea sem nenhuma menção folk.

3) De vinte matérias acerca de gastronomia dezenove foram pagas ou patrocinadas pelos restaurantes, estabelecimentos comerciais de alimentos, hotéis, bares, cafés. Somente uma matéria não foi considerada paga por remeter um histórico tradicional da culinária a base de milho e suas festividades.

5) As fotografias utilizadas limitaram-se a pratos elaborados ou ilustração de alimentos, imagens de pessoas da sociedade local, chefes, fachada de restaurantes, cafés, bares e hotéis.

Finalmente, os dados da análise quantitativa mostram que o jornal *Tribuna do Norte* teve pouca expressividade quando se trata de gastronomia em geral. Apesar de oferecer um destaque em suas páginas internas, elas remeteram a condição propagandista e patrocinadora da informação. Isso também se expressou na chamada de capa em que prevaleceram lançamentos e publicidade da gastronomia atrelada a área comercial. É curioso observarmos a questão da tradição quanto a não menção e/ou pouca referência com a cultura local, o que naturalmente se pensava não prevalecer. Não obstante, é curioso observarmos o ligeiro destaque para uma tendência da gastronomia global presente na cidade, dando-nos uma impressão de conexão com resto do mundo. Porém, essa mesma ideia de conexão não se faz presente no intercâmbio cultural quando se buscou uma maior interação entre as culturas. RIF

Referências

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. 2 v., 5. ed., Brasília/São Paulo: UnB/Imprensa Oficial do Estado, 2000.

CANCLINI, Nestor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 1997.

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru/SP: Edusc, 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.