

# PARA ALÉM DA COMPETIÇÃO: CONSUMINDO AFETOS *COMO* CULTURA MATERIAL NO PROGRAMA *MASTERCHEF*: ANÁLISES E REFLEXÕES INICIAIS<sup>1</sup>

*Beyond the competition: the  
consumption of affects like material  
culture in MasterChef TV show: early  
analysis and reflections*

**Carlos Eduardo Marquioni\***  
**Caroline Cavalcanti de Oliveira\*\***

## RESUMO

O artigo apresenta elementos estruturais gerais do *Reality Show* de gastronomia *MasterChef* e propõe que um item fundamental para entendimento do programa envolve abordá-lo considerando o estabelecimento de relações de afeto (vinculadas ao ato de estar junto de pessoas do convívio cotidiano), via cultura material, o que auxilia não

<sup>1</sup> Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no GT 6 – Comunicação, Consumo e Subjetividade, do 4º Encontro de GTs – Comunicon (Congresso Internacional em Comunicação e Consumo), realizado nos dias 8, 9 e 10 de outubro de 2014, na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP). Para esta versão, o artigo teve trechos atualizados.

\* Professor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP/PR). Doutor em Comunicação e Linguagens e integrante dos grupos de pesquisa Interações comunicacionais, imagens e culturas digitais (INCOM) na UTP e Estudos Culturais da FCHS/Unesp – Franca. *E-mail*: cemarquioni@uol.com.br

\*\* Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCOM/UTP); Mestre em Comunicação e Linguagens (UTP); Especialista em História da Arte no século XX (EMBAP). Integrante do grupo de pesquisa Interações comunicacionais, imagens e culturas digitais (INCOM - PPGCOM/UTP). Docente na FAE Centro Universitário. *E-mail*: carocavalcanti@gmail.com.

Revisão técnica e revisão ortográfica: Rita de Cássia Alves de Souza (Bibliotecária CRB9-816).

Data da submissão: 18/dezembro/2014.

Data da aprovação: 18/outubro/2015.

apenas a compreensão do programa, mas também o seu sucesso em vários países do mundo. Considerando a estreia da franquia *MasterChef* na TV aberta brasileira, procura-se apontar elementos para uma análise de dimensões do consumo associadas a partilhas do cotidiano dos competidores por meio dessas relações de afeto. Complementarmente, são abordadas algumas adaptações culturais preliminares e observáveis com a veiculação de alguns episódios de *MasterChef Brasil*.

**Palavras-chave:** *Reality Show*. Gastronomia. Afeto. Consumo. Cultura Material.

### ABSTRACT

This paper presents structural elements of the cooking reality show *MasterChef* and suggests that the establishment of relations of affect (linked to the act of being close to people of everyday living) via material culture helps to understand both: the program, and its success in many countries worldwide. Considering the premiere of the *MasterChef* franchise in the Brazilian TV, the paper points out elements for an analysis of the dimensions of consumption related to the contestants' sharing of daily lives through these affection relationships. Furthermore, some preliminary cultural adaptations are discussed after *MasterChef Brazil*'s first aired episodes.

**Keywords:** *Reality Show*. Gastronomy. Affect. Consumption. Material Culture.

## 1 Introdução

“[...] é difícil separar essa coisa da internacionalização da cozinha do regionalismo [...] [pois este] só aparece e é evidenciado na medida em que você tem algo diferente de outro lugar [...] para poder comparar.” (PASTORIZA, 2014).

É possível considerar que a complexidade envolvida na franquia internacional<sup>2</sup> do *Reality Show MasterChef*, que estreou na TV aberta brasileira (com veiculação pela Rede Bandeirantes

<sup>2</sup> No momento em que foi anunciada a edição brasileira, o *MasterChef* já havia sido apresentado (não necessariamente com produção local) em mais de 145 países. (O MAIOR, 2014).

(Band)) em 2 de setembro de 2014, habilita a análise desse programa ultrapassando os limites da competição gastronômica *per se*. Para compreender a afirmação, este artigo propõe algumas reflexões no sentido de avaliar elementos que proporcionariam um *efeito de afeto* gerado pelo programa, bem como apresenta o que podem ser consideradas *variações culturais*<sup>3</sup> observadas especialmente em comparação à versão estadunidense (ainda que se trate de uma franquia, e mesmo considerando que a primeira temporada da edição brasileira ainda está no ar no momento em que este artigo é redigido – quando já haviam sido veiculados 11 programas).

Para iniciar a sistematização, vale mencionar que *parece existir* um fenômeno de moda relacionado à culinária e à gastronomia. A relativização (relacionada ao uso da expressão *parece existir*) é justificada por pesquisa em curso, que procura investigar em que medida o referido fenômeno de moda estaria associado à culinária e à gastronomia, ou mais especificamente, às materialidades disponibilizadas/utilizadas na cozinha (englobando desde utensílios até a própria comida, e passando, inclusive, pelos modos de se relacionar/se comportar no *ambiente* da cozinha).

Contudo, independentemente da relativização, é notório que o tema culinária/gastronomia tem alcançado a mídia. No caso do Brasil, a afirmação pode ser exemplificada via programação da TV aberta, particularmente destacando a estreia quase concomitante ao programa *MasterChef Brasil* (analisado neste artigo) de outro *Reality Show* de gastronomia: o programa *Cozinha sob Pressão*, da franquia *Hell's Kitchen*, este último veiculado pelo canal SBT a partir de outubro de 2014. De fato, pode-se inferir que a recorrência circunstancial dada pela coincidência de estreias não seria motivada exclusivamente pelo formato, mas também eventualmente pela potencial moda associada ao tema – mencionada anteriormente como *em investigação*. Reforçando o alcance do tema na mídia, além das estreias quase simultâneas, vale destacar, também, a repercussão *a priori* dos programas (ainda antes do início de sua veiculação) via manifestação de colonistas de TV em seções televisivas de órgãos de imprensa, que já noticiavam os *Reality Shows* meses antes de seu lançamento.<sup>4</sup>

Considerando, ainda que, as análises devem ultrapassar o conteúdo veiculado (uma vez que, na contemporaneidade, a internet tem sido – em algumas situações – utilizada complementarmente à programação), neste artigo são abordados, também (ainda que brevemente), aspectos do formulário de inscrição dos participantes disponibilizado no *hot site* do

<sup>3</sup> São consideradas *variações culturais* neste artigo tanto adaptações aplicadas pelos produtores locais em relação ao conteúdo sugerido pela franquia como ocorrências não necessariamente planejadas pela equipe de produção, mas que constituem índices de variação no efeito de sentido de alguns signos no programa.

<sup>4</sup> Consulte, por exemplo (Castro, 2014a) e (JIMENEZ, 2014).

programa hospedado na página da rede Bandeirantes, na internet, além do acompanhamento em *fluxo* (WILLIAMS, 2005, p. 77-120) do programa veiculado no Brasil; ainda, são apresentados aqui trechos de entrevistas realizadas com a equipe de produção do programa na Band e com os apresentadores do programa. Todo esse conteúdo é utilizado no sentido de desenvolver a hipótese central abordada neste artigo, de que o *MasterChef* ultrapassaria, eventualmente, uma competição gastronômica e possibilitaria – via aspectos de consumo/cultura material – identificar o estabelecimento de um tipo de consumo de relações de afeto,<sup>5</sup> consumo esse definido a partir da possibilidade de *estar junto* que parece fundamental para estudar o *Reality Show* em questão. Um desdobramento que interessa especialmente ao desenvolvimento da investigação em curso envolve avaliar em que medida haveria variações significativas nessas relações de afeto, considerando as edições estadunidense (referenciada a partir deste ponto como *MasterChef US*) e brasileira (referenciada a partir deste ponto como *MasterChef BR*).

Outra informação que requer destaque está associada à contratação da jornalista Ana Paula Padrão pela Band para apresentar a edição brasileira do programa: tal contratação fora informada por colunistas especializados em TV ainda antes da estreia de *MasterChef BR* (CASTRO, 2014a) e pode, eventualmente, constituir mais que uma mera adaptação local em relação ao formato de apresentação estadunidense do programa. A afirmação é justificada pelo fato de que apesar de o *MasterChef US* ser apresentado por três *chefs-celebridade*<sup>6</sup> (que, além de conduzirem o programa, são responsáveis ainda por avaliar o desempenho dos competidores) algumas edições da franquia também possuem apresentadores<sup>7</sup> *independentes* (além dos *chefs* propriamente ditos). Ocorre que, no caso da edição brasileira, é possível considerar que a presença da jornalista e apresentadora remete também à veiculação de outro *Reality Show* no País (especificamente, mas não exclusivamente, a franquia *Big Brother*), habilitando o estabelecimento

<sup>5</sup> Neste trabalho, o termo *afeto* é utilizado no sentido de estabelecimento de relações de proximidade humana, que sejam também estáveis. A justificativa da opção pelo termo está associada aos relacionamentos que Bauman classifica como “comunidades de ocasião” (2003, p. 51), fugazes, da contemporaneidade (ou pós-modernidade). Assim, se entende que, para realizar análises associadas ao *Reality Show* de gastronomia em questão, é fundamental considerar um eventual interesse no estabelecimento de relações de proximidade duradouras (como aquelas tipicamente desenvolvidas e mantidas em relação a familiares ou pessoas de convívio próximo).

<sup>6</sup> *Chef-celebridade* é uma das noções que vêm sendo trabalhadas pela pesquisadora e coautora deste artigo em seu projeto de Doutorado, orientado pela Prof<sup>a</sup>. Dra. Kati Caetano. É denominada *chef-celebridade* uma pessoa conhecida na mídia que, para além do sucesso como apresentador e chef na TV, converte-se em marca e passa a ditar comportamentos. (OLIVEIRA, 2014).

<sup>7</sup> Segundo a roteirista da edição brasileira da franquia, “o formato do *MasterChef* permite, quando o programa é muito longo – o caso da Espanha, [...] da Argentina, [...] do Brasil – que é mais de uma hora que a gente tem de arte [de conteúdo veiculado] que tenha um apresentador [...] [o que auxilia especialmente quando] a gente precisa ter uma narrativa da história”. (ABADE, 2014).

de potencial expansão e aplicação do conceito de *programa equivalente*.<sup>8</sup> Nessa perspectiva, além de a coincidência de estreias de dois *Reality Shows* de gastronomia apontar para uma forma de consumo do entretenimento na TV, pode-se dizer que a contratação da jornalista Ana Paula Padrão é também indicativa de outra forma de consumo – o da personalidade (o que permite o estabelecimento de relação analítica com a noção mencionada de *chef-celebridade*). Não somente a figura do jornalista na contemporaneidade também estaria associada à noção de celebridade como se poderia pensar em uma relação que ganha sentido entre emissoras, na medida em que a Rede Globo *promoveu* a jornalista Fátima Bernardes (que, como Ana Paula Padrão, foi também âncora de telejornal) à apresentadora de programa de entretenimento.<sup>9</sup> Não obstante, em decorrência dessa nova *atuação* na TV, no mês de julho de 2014, Fátima Bernardes passou a *atuar* como garota propaganda da marca de alimentos Seara. Nos *spots* de TV, a jornalista/apresentadora/celebridade aparece em um ambiente de cozinha, simulando o ato culinário. (CAMPANHA, 2014).<sup>10</sup>

Para o desenvolvimento das análises e reflexões, o presente trabalho foi dividido em três seções, além desta *Introdução* e das *Considerações Finais*. A breve seção *MasterChef US e MasterChef BR: a estrutura dos programas*

<sup>8</sup> O conceito de *programa equivalente* está em definição no projeto em curso do pesquisador e coautor deste artigo: são *equivalentes* aqueles *programas* televisivos que pertencem à mesma “forma cultural” (WILLIAMS, 2005, p. 39-76) e possuem elementos que permitem constatar a utilização de programa de outra emissora como *referência*. (MARQUIONI, 2014). Apesar de a sistematização em curso ocorrer em relação à *forma cultural* “Notícias” (WILLIAMS, 2005, p. 40-45), o *perfil profissional* do apresentador possibilita supor inicialmente o desenvolvimento de uma situação de equivalência em relação à *forma cultural* “Drama Documentário” (WILLIAMS, 2005, p. 70-72), sugerida ainda na década de 1970 para equacionar um programa que pode ser considerado a versão *embrionária* dos *Reality Shows* – constituindo um desdobramento para a pesquisa em curso. A definição de *programa equivalente* considera, essencialmente, o uso de programa de outra emissora como referência, e tendo em conta que “a franquia que a gente consegue mais ‘puxar’ [utilizar como referência] é a americana [estadunidense]; não é nem a espanhola nem a argentina [...]; de onde eu ‘puxei’ os trejeitos, tudo assim, é a americana, porque é o que a gente [es]tá acostumado a ver em TV [...], em cinema; a cultura [...] da [...] onde a gente tem que ‘puxar’ e se inspirar e que o brasileiro estaria mais acostumado a ver é da franquia americana” (ABADE, 2014). Há que se investigar, a partir da observação empírica, índices de uso pelos produtores locais da *receita* para apresentação de *Reality Shows* no Brasil fornecida tacitamente pela Rede Globo a partir do programa *Big Brother Brasil* (BBB), conduzido por um jornalista (remetendo à *forma cultural* “Notícias”).

<sup>9</sup> No momento em que este artigo é redigido, colonistas de televisão começam a publicar notas informando que a jornalista Patrícia Poeta (que também atuara em bancada de telejornal) tende a seguir trajetória profissional equivalente: a jornalista irá também se dedicar a programas de entretenimento. (CASTRO, 2014b). Nesse sentido, parece haver uma tendência de migração de jornalistas para o segmento entretenimento.

<sup>10</sup> É importante lembrar que a recolocação de Fátima Bernardes pressupõe uma mudança em seu horário de atuação na emissora, passando do *Jornal Nacional* (que ocorre às 20h30min) para as manhãs da Globo (às 10h45min); no entanto, o programa *Encontro*, apresentado pela jornalista, não prevê espaço dedicado ao ato culinário, como se poderia supor por haver certa recorrência ao formato na grade de programação matinal da TV aberta brasileira: a proposta de *Encontro* é a de ser um programa de variedades.

apresenta, em linhas gerais, os quadros principais da produção original estadunidense e o formato adotado pela franquia para a versão brasileira. A seção *Temperando a competição com afetos: a revelação de sentimentos pela culinária* procura sistematizar porque é possível abordar analiticamente o programa ultrapassando as fronteiras de um *Reality Show* de competição gastronômica, especialmente pelo fato de serem visualizadas, por meio dele, complexas relações da contemporaneidade – para tanto é utilizada a noção de “cultura material”. (MILLER; SLATER, 2004, p. 46).<sup>11</sup> Na seção *“Leituras iniciais” de potenciais variações culturais*, a adaptação cultural observável em *MasterChef* é analisada por meio da comparação entre temporadas das edições estadunidense e brasileira, especialmente no que diz respeito a manifestações de identidade nacional. Finalmente, as *Considerações Finais* apontam a desdobramentos planejados para a investigação associada a este artigo – especificamente em relação ao refinamento das análises relativas às adaptações para a edição brasileira, de modo a proporcionar elementos de reconhecimento cultural por parte da audiência de TV aberta do Brasil.

## 2 *MasterChef US* e *MasterChef BR*: a estrutura dos programas

“[...] são pelo menos vinte bíblias que a gente recebe.”  
(ABADE, 2014, sobre os manuais de instruções  
para a criação de programas da franquia).

O andamento de cada programa nas temporadas de *MasterChef US* segue uma estrutura geral com poucas variações (inclusive entre temporadas),<sup>12</sup> o que é justificável por se tratar de uma franquia; no caso de *MasterChef BR* – até o décimo primeiro programa da primeira temporada<sup>13</sup> – foi possível constatar não apenas permanências em relação à versão estadunidense, mas também aproximação significativa entre essas produções. A partir da definição efetiva do grupo de participantes (que após seleções iniciais define os concorrentes efetivos ao *status* de *chef*), cada programa associa a

<sup>11</sup> A cultura material está relacionada a “um ramo da antropologia que manteve um conceito de cultura como um processo que produziu tanto a materialidade quanto as relações sociais, sem que qualquer um fosse anterior ao outro”. (MILLER; SLATER, 2004, p. 46). A noção é apresentada com maiores detalhes adiante, neste artigo.

<sup>12</sup> Os autores do presente artigo observaram a estrutura em todas as temporadas veiculadas originalmente nos EUA. No momento em que esse texto começou a ser redigido, estava em exibição a 5ª temporada de *MasterChef US*.

<sup>13</sup> A primeira temporada ainda era veiculada quando este artigo foi enviado para avaliação pelo periódico científico.

realização de duas tarefas principais: uma primeira, que pode ser individual ou coletiva, com caráter classificatório, e uma segunda, eliminatória (que define a saída de um ou mais participantes do *Reality Show*: via de regra, ao menos um participante é eliminado a cada programa). O Quadro 1 apresenta as seções típicas de *MasterChef US* enquanto o Quadro 2 apresenta as seções correspondentes em *MasterChef BR*.

**Quadro 1** – Seções típicas do programa *MasterChef US*

Seção	Descrição
(a1) Inicial	Recuperação de episódio(s) anterior(es) e apresentação de um resumo do conteúdo do programa que será veiculado no dia.
(b1) Desafio da Caixa Misteriosa ou Prova em Equipe	"Desafio da Caixa Misteriosa" é o nome atribuído à seção em função da tradução dos autores para o termo <i>Mystery Box Challenge</i> . Corresponde a uma prova classificatória da competição gastronômica. Neste momento, os participantes levantam uma caixa de madeira e se deparam com os ingredientes a serem utilizados (no todo ou em parte) no primeiro prato do dia. A Figura 1 ilustra uma tomada do cenário com as caixas ainda misteriosas (sem revelar o conteúdo), enquanto a Figura 3 ilustra o conteúdo revelado. Tipicamente, há episódios intercalados nos quais essa seção é substituída por uma atividade em equipe, igualmente relacionada a um desafio culinário.
(c1) Preparação dos Pratos	Os participantes são apresentados a um contexto que envolve limitação no tempo de preparo o que, associado a um eventual desconhecimento ou falta de habilidade técnica para confecção dos pratos por parte de cozinheiros amadores em relação aos ingredientes, constitui cenário de dificuldades para que cada candidato a <i>MasterChef</i> cumpra seu desafio. Estes ingredientes ou os pratos propostos para serem realizados podem por vezes relacionar graus de sofisticação, exigir domínio técnico específico e mesmo desafiar o candidato diante de situações inusitadas como ingredientes exóticos ou vivos, por exemplo. Durante o preparo, os competidores dão depoimentos e são questionados pelos <i>chefs</i> apresentadores do programa em relação ao prato que estão elaborando (conforme Figura 5).
(d1) Conclusão e montagem dos pratos	Os participantes finalizam o preparo e os três <i>chefs</i> apresentadores do programa atuam como juizes para selecionar os três pratos que mais os impressionaram durante a seção (c1).
(e1) Anúncio do vencedor da etapa	Os três pratos selecionados em (d1) são provados pelos <i>chefs</i> , e o vencedor do desafio é anunciado. Quando se trata de uma atividade coletiva, os convidados para quem os competidores cozinham (que podem ser tanto populares frequentadores de uma praia quanto soldados das Forças Armadas) são questionados em relação à preferência pela refeição fornecida e a equipe vencedora é anunciada.
Apresentação da (f1) Prova Eliminatória ou Teste Sob Pressão ao vencedor da etapa	O(s) vencedor(es) é (são) apresentado(s) à Prova Eliminatória do programa e informado(s) de sua vantagem em relação aos demais competidores, em razão de seu sucesso no (b1) Desafio da Caixa Misteriosa ou Prova em Equipe (a vantagem pode tanto ser dada pela imunidade em relação à eliminação do dia, quanto pelas escolhas que o participante pode realizar ou ainda pela definição dos utensílios/ingredientes com os quais o(s) vencedor(s) prefere(m) que o prato da prova eliminatória seja realizado).
(g1) Seleção de ingredientes para a Prova Eliminatória	Os competidores devem reunir, durante um período determinado, todos os ingredientes que consideram necessários ao preparo do prato da Prova Eliminatória.
(h1) Preparação do prato da Prova Eliminatória	Essencialmente, a seção ocorre de maneira análoga à (c1) Preparação dos Pratos. Nos episódios em que a (c1) Preparação dos Pratos ocorre em equipe, a Prova Eliminatória é realizada individualmente apenas pelos membros da equipe perdedora, e é referenciada como Teste Sob Pressão (tradução dos autores deste artigo para a expressão original <i>Pressure Test</i> ).
(i1) Conclusão e montagem da Prova Eliminatória	Os candidatos concluem o prato realizado para a Prova Eliminatória e os <i>chefs</i> apresentadores dão início à degustação e observação comentada em relação a cada um dos pratos preparados. Cabe notar que a ordem de degustação nesta etapa pode ser feita de acordo com aspectos visuais dos pratos finalizados ou ainda com relação ao desempenho do candidato, analisado durante a (h1) Preparação do prato da Prova Eliminatória.
(j1) Anúncio dos melhores e piores pratos	Os <i>chefs</i> apresentadores selecionam aqueles que consideram os melhores e os piores pratos provados. O vencedor do episódio é anunciado entre os autores dos melhores pratos selecionados.
(k1) Anúncio do participante eliminado e conteúdos do próximo programa	Instante de tensão máxima do episódio, associado à eliminação de um dos competidores do programa (como ilustrado na Figura 7); ocorre ainda um <i>flashback</i> com momentos e depoimentos marcantes do participante eliminado e são anunciados os conteúdos do próximo episódio.

Fonte: Proposto pelos autores a partir do acompanhamento das temporadas no [website < youtube.com >](http://youtube.com).

## Quadro 2 – Seções típicas do programa *MasterChef BR*

Seção	Descrição
(a2) Inicial	Breve apresentação do programa e dos jurados. Em seguida, são exibidos tanto um resumo do conteúdo a ser veiculado no dia quanto a vinheta de abertura (que compreende um clipe com os participantes).
(b2) Caixa Misteriosa ou Prova em Equipe	"Caixa Misteriosa" é a tradução da equipe de produção brasileira para o termo <i>Mystery Box Challenge</i> . Corresponde a uma prova classificatória da competição gastronômica. Neste momento, os participantes levantam uma caixa de madeira e se deparam com os ingredientes a serem utilizados (no todo ou em parte) no primeiro prato do dia. Como em <i>MasterChef US</i> , aqui a Figura 2 ilustra uma tomada do cenário com as caixas ainda misteriosas (sem revelar o conteúdo), enquanto a Figura 4 ilustra o conteúdo revelado. Tipicamente, há episódios intercalados nos quais essa seção é substituída por uma atividade em equipe, igualmente relacionada a um desafio culinário.
(c2) Preparação dos Pratos	Os participantes são apresentados a um contexto que envolve limitação no tempo de preparo o que, associado a um eventual desconhecimento ou falta de habilidade técnica para confecção dos pratos por parte de cozinheiros amadores em relação aos ingredientes, constitui cenário de dificuldades para que cada candidato a <i>MasterChef</i> cumpra seu desafio. Esses ingredientes ou os pratos propostos para serem realizados podem por vezes relacionar graus de sofisticação, exigir domínio técnico específico e mesmo desafiar o candidato diante de situações inusitadas. Do mesmo modo que em <i>MasterChef US</i> , durante o preparo, os competidores dão depoimentos, são questionados pelos <i>chefs</i> apresentadores do programa em relação ao prato que estão elaborando e eventualmente recebem dicas (conforme Figura 6).
(d2) Conclusão e montagem dos pratos	Os participantes finalizam o preparo e os três <i>chefs</i> apresentadores do programa atuam como juizes para selecionar os três pratos que mais os impressionaram durante a seção (c2).
(e2) Anúncio do vencedor da etapa	Os três pratos selecionados em (d2) são provados pelos <i>chefs</i> , e o vencedor do desafio é anunciado. Quando se trata de uma atividade coletiva, os convidados para quem os competidores cozinham são questionados em relação à preferência pela refeição fornecida e a equipe vencedora é anunciada. Em alguns episódios, antes da (f2) Prova de Eliminação, ocorre a inserção de breve perfil de um dos concorrentes: em ambiente doméstico ou de trabalho, a jornalista-apresentadora Ana Paula Padrão entrevista de modo informal o participante enquanto ele cozinha e apresenta seu cotidiano.
Apresentação da (f2) Prova de Eliminação	Os participantes são apresentados à Prova de Eliminação do programa e informados da vantagem do(s) vencedor(es) em relação aos demais competidores, em razão de seu sucesso na (b2) Caixa Misteriosa ou Prova em Equipe (a vantagem pode tanto ser dada pela imunidade em relação à eliminação do dia, quanto pelas escolhas que o participante pode realizar, ou ainda pela definição dos utensílios/ingredientes com os quais o(s) vencedor(es) preferem(m) que o prato da Prova de Eliminação seja realizado).
(g2) Seleção de ingredientes para a Prova de Eliminação	Os competidores devem reunir, durante um período determinado, todos os ingredientes que consideram necessários ao preparo do prato da Prova de Eliminação.
(h2) Preparação do prato da Prova de Eliminação	Essencialmente a seção ocorre de maneira análoga à (c2) Preparação dos Pratos. Nos episódios em que a (c2) Preparação dos Pratos ocorre em equipe, a Prova de Eliminação é realizada individualmente apenas pelos membros da equipe perdedora.
(i2) Conclusão e montagem da Prova de Eliminação	Os candidatos concluem o prato realizado para a Prova de Eliminação e os <i>chefs</i> apresentadores dão início à degustação e observação comentada em relação a cada um dos pratos preparados. Cabe notar que a ordem de degustação nesta etapa pode ser feita de acordo com aspectos visuais dos pratos finalizados ou ainda com relação ao desempenho do candidato, analisado durante a (h2) Preparação do prato da Prova de Eliminação.
(j2) Anúncio dos pratos considerados "medianos"	Os <i>chefs</i> apresentadores selecionam aqueles que consideram pratos "medianos" (os competidores que os executaram não serão eliminados do programa).
(k2) Anúncio dos melhores e piores pratos e do participante eliminado, e apresentação do conteúdo do próximo programa	Instante de tensão máxima do episódio, associado à eliminação de um dos competidores do programa (como ilustrado na Figura 8): os <i>chefs</i> apresentadores selecionam aqueles que consideram os melhores e os piores pratos provados e o vencedor do episódio é anunciado entre os autores dos melhores pratos selecionados. Um <i>flashback</i> com momentos marcantes do participante eliminado é eventualmente intercalado com depoimentos do mesmo do programa, e são anunciados os conteúdos do próximo episódio.

Fonte: Proposto pelos autores a partir do acompanhamento da 1ª temporada brasileira em "fluxo".



A seguir, uma comparação visual a partir das etapas identificadas auxilia na percepção dos elementos da franquia em *MasterChef US* e *MasterChef BR*:

**Figuras 1 e 2** – Participantes diante da “Caixa Misteriosa” (ainda com os ingredientes *ocultos*) em *MasterChef US* e *MasterChef BR*, respectivamente



Fonte: US 3ª temporada, episódio 10;<sup>14</sup> BR 1ª temporada, episódio 3.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Todas as imagens e citações relacionadas diretamente à versão de *MasterChef US* foram obtidas no site <youtube.com> (acesso em: 26/10/2014), utilizando como critério de pesquisa a expressão “MasterChef US season [xx] episode [yy]”. Assim, por exemplo, quando é apresentada a expressão “US 3ª temporada, episódio 10”, o programa correspondente pode ser acessado utilizando como critério de busca no website ‘MasterChef US season 03 episode 10’. Todas as citações seguintes relativas a *MasterChef US* utilizam o formato; em relação a *MasterChef BR*, as citações também vão adotar esse formato, referenciando “BR 1ª temporada, episódio [xx]”.

<sup>15</sup> Todas as imagens e citações relacionadas diretamente à versão de *MasterChef BR* foram obtidas no site <http://entretenimento.band.uol.com.br/masterchef/videos.asp>. Acesso em: 16 nov. 2014.

**Figuras 3 e 4** – “Caixa Misteriosa”, com os ingredientes já revelados, em *MasterChef US* e *MasterChef BR*



Fonte: US 3ª temporada, episódio 10; BR 1ª temporada, episódio 3.

**Figuras 5 e 6** – Chefs conversam com candidatos durante a preparação do prato em *MasterChef US* e *MasterChef BR*



Fonte: US 3ª temporada, episódio 10; BR 1ª temporada, episódio 3.

**Figuras 7 e 8** – Em *MasterChef US* e *MasterChef BR*, participantes durante o processo de eliminação



Fonte: US 3ª temporada, episódio 10; BR 1ª temporada, episódio 3.

A partir da breve explicação geral apresentada nos Quadros 1 e 2 (e com a comparação visual disponibilizada pelas Figuras 1 a 8), fica relativamente evidente que a *receita* da versão estadunidense da franquia é constatada na edição brasileira. Contudo, em termos culturais, há algumas variações que podem ser observadas (não necessariamente planejadas pela equipe de produção do programa) – algumas dessas variações são abordadas na seção “*Leituras*” *iniciais de potenciais variações culturais*, mais adiante. A seção seguinte executa análises preliminares relativas à proposta declarada na introdução deste artigo: apresentar a noção de cultura material como chave de leitura para o entendimento do sucesso do programa, associada a relações de afeto e que possibilitam interpretar a franquia como ultrapassando um programa de competição.

### 3 *Temperando* a competição com afetos: a revelação de sentimentos pela culinária

“[...] é muito fácil tirar emoções da comida”.

(ABADE, 2014).

“Não é fácil trabalhar cientificamente os sentimentos”. (FREUD, 2012, p. 8).<sup>16</sup>

O aspecto de competição relacionado ao programa *MasterChef* pode ser notado nos Quadros 1 e 2 apresentados na seção anterior. Contudo, para além da competição gastronômica – que objetiva eleger aquele que seria o melhor cozinheiro doméstico entre os participantes – conferindo a ele o *status* de *chef* –, um ponto de vista que merece ser observado em relação ao programa envolve a revelação de vínculos afetivos através do ato de cozinhar. É essa possibilidade analítica que habilita o desenvolvimento da hipótese central deste trabalho, de que a análise do programa pode ser

<sup>16</sup> Com vistas a minimizar o risco de a citação sugerir uma eventual abordagem sob o olhar da psicanálise – o que não é definitivamente o caso neste artigo –, vale destacar que, ainda que Freud não constitua parte do referencial teórico deste trabalho, a epígrafe parece apropriada em função do fato de ter sido extraída de *O mal-estar da civilização*, cujo título *inspirou* a forma como foram nomeadas várias obras posteriores que abordam as relações humanas e sociais no período contemporâneo (como exemplos podem ser citadas: *O mal-estar da pós-modernidade*, de Zygmunt Bauman, e *O mal-estar no pós-modernismo*, coletânea de textos organizada por E. Ann Kaplan. Neste artigo, entende-se que a compreensão das relações de afeto associadas ao *Reality Show* de gastronomia analisado requer análise conforme as relações humanas conforme estabelecidas no período contemporâneo (ou pós-moderno).

associada à característica de que a “narrativa da televisão se constrói apelando ao sensorio” (BARBOSA, 2007, p. 11), mas também em função de uma necessidade contemporânea de serem estabelecidas relações sociais de afeto, particularmente no caso das sociedades que vivem nos moldes ocidentais. É relevante destacar, no entanto, que, quando é estabelecida neste artigo uma relação entre *MasterChef* e afetos, não se sugere que esse *Reality Show* de gastronomia seja o primeiro no qual essa associação é realizada (ou seja possível – inclusive em relação a aspectos culinários):<sup>17</sup> o que parece ocorrer é que, no caso desse programa em particular, os afetos são relacionados a ações domésticas do cotidiano (tipicamente associadas a relações ternas que envolvem a preparação de alimentos para pessoas de convívio próximo).

Assim, ao invés de tratar diretamente de conflitos ou dificuldades pessoais – assuntos recorrentes nos *Reality Shows* contemporâneos –, ainda que esses temas estejam também presentes nas relações em *MasterChef* (especialmente em função do aspecto de competição), o centro das atenções remete a afetos domésticos e à sensação de pertencimento, observáveis no compartilhamento do cotidiano. Em outros termos, o tipo de sentimento proporcionado pelo ato culinário habilita, ou mesmo reitera, o estabelecimento de relacionamentos afetivos mais estáveis no “líquido mundo moderno que detesta tudo o que é sólido e durável, tudo o que não se ajusta ao uso instantâneo [...]. Estabelecer um vínculo de afinidade proclama a intenção de tornar esse vínculo semelhante ao parentesco”. (BAUMAN, 2003, p. 46). Os relacionamentos em *MasterChef* constituiriam então uma espécie de alternativa às associações humanas “autoconstruídas em torno de eventos, ídolos, pânicos ou modas” (BAUMAN, 2003, p. 51), remetendo a uma procura por sentimentos mais duradouros;<sup>18</sup> essa procura eventualmente alcançaria também a audiência. É para procurar equacionar

<sup>17</sup> De fato, é possível observar registros, desde a ocorrência do programa *An American Family*, da forma cultural “Drama-Documentário”. (WILLIAMS, 2005, p. 70-72). Essa forma cultural aborda como tema central o cotidiano de pessoas comuns e tangencia o tema *afeto*. Inclusive, o aspecto de identidade nacional pode ser percebido desde então. O título *An American Family* sugere essa identidade; complementando e procurando complexificar a afirmação, o depoimento do produtor do programa, Craig Gilbert (disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=MJ-yofcaPMk>> . Acesso em: 6 jul. 2014) sugere que a família filmada para o programa, “os Loud não são uma [família] média nem tampouco típicos. Nenhuma família é. Eles não são a família americana; eles são simplesmente uma família americana” (*id.*, trad. a partir do áudio original, grifo nosso). Os aspectos *afetos* e *identidade nacional* podem ser constatados também na franquia *Big Brother* – onde também é possível observar o ato culinário: “Em *BBB5* [*Big Brother Brasil* – 5ª temporada], tão central como os apetites da carne e a voluptuosidade dos participantes malhados foi o apetite das carnes, da feijoada [reconhecidamente um dos típicos pratos brasileiros] e dos outros saborosos pratos servidos. O âmbito culinário foi decisivo na boa imagem dos participantes; preparação e rituais do consumo da comida foram centrais e associaram-se a altos índices de aprovação daqueles.” (ANDACHT, 2006, p. 2).

<sup>18</sup> Vale notar neste ponto o que aparenta ser o estabelecimento de um paradoxo: enquanto na perspectiva de Bauman algumas associações humanas da contemporaneidade seriam fluidas (ou *líquidas* – para usar o termo cunhado pelo sociólogo) por se sustentarem em eventos fugazes de moda, os autores deste trabalho consideram que o modo como é produzido o *MasterChef* (*Reality Show*

a complexidade deste cenário que o uso da noção de cultura material é utilizado como referência conceitual fundamental neste artigo.

A cultura material é estabelecida essencialmente em relação aos objetos com os quais os indivíduos têm contato (as *coisas* materiais do cotidiano), e considera que “muito do que nos torna o que somos existe não através de nossa consciência ou corpo, mas como um ambiente exterior que nos habita e nos induz”. (MILLER, 2010, p. 51). Com o destaque de que eventualmente o indivíduo pode sequer ter consciência desse *ambiente exterior de coisas materiais*, porque os objetos “operam pela invisibilidade e por serem despercebidos, um estado que geralmente atingem por serem familiares e tidos como certos” (MILLER, 2010, p. 51): a relação com esses objetos acaba contribuindo para reconfigurações de ordem cultural.<sup>19</sup> Em outros termos, os objetos constituem artefatos culturais e seu conjunto

---

que pode ser abordado como representante do fenômeno de moda gastronômica na TV) pode proporcionar sensações de afeto, ou mesmo suscitar o interesse no estabelecimento de relações duradouras. Complementarmente ao paradoxo, há que se observar, ainda, que o acompanhamento da edição brasileira permite supor preliminarmente (ainda que tal suposição não seja desenvolvida neste artigo) que a *maturidade* do fenômeno gastronômico no Brasil, associada aos programas do gênero *Reality Show* já veiculados no País, eventualmente proporcionem um efeito de afeto que não é exatamente o mesmo de *MasterChef US*. Os autores consideram que o efeito de afeto observado na edição brasileira parece estabelecido de maneira distinta daquele da versão estadunidense (ou ao menos se observa de maneira menos evidente); como hipóteses (a investigar/desenvolver), essa distinção parece sofrer influência primeiramente, (i) do *preparo cultural*, acarretando o que parece constituir uma espécie de *imaturidade* dos participantes brasileiros em relação ao cenário gastronômico mundial: nesse sentido, o desempenho dos competidores parece significativamente diferente daquele da versão estadunidense. Tratar-se-ia, então, de um assunto relacionado ao reconhecimento do que constituiria um prato (ou sua execução) em um programa de gastronomia, provocando uma preocupação maior associada à tentativa de alcançar esse *status*, em detrimento de manifestar relações mais espontâneas de afeto (que têm se demonstrado raras). A segunda hipótese estaria vinculada à (ii) forma como o gênero *Reality Show* passou a ser reconhecido no país – particularmente via franquia *Big Brother* (mas que também pode ser identificada em outros programas do gênero, como *Ídolos* [relativo à franquia *American Idol*] e *The Voice Brasil* [relativo à franquia *The Voice*]): para esse item, os participantes eventualmente sugerem *atuar* como se participassem de um programa cuja votação para eliminação ocorreria pela da audiência (e não por jurados especialistas), provocando *ocultação* de manifestações de afeto. Tratar-se-ia, então, de um assunto relacionado ao reconhecimento do gênero televisual. O depoimento da participante Helena, quando da eliminação do concorrente Estéfano, ilustra o fato: “O Estéfano [...] tem uma origem humilde [!]. Ele vive numa favela. E ele não usa isso p[ar]a acarretar [provocar] pena, ele não usa isso p[ar]a a turma falar ‘votem em mim’.” (BR 1ª temporada; episódio 11). No contexto, a participante refere-se a pessoas que encenariam ou usariam uma condição social desfavorável para obter vantagem competitiva em relação aos demais participantes (geralmente em *reality shows* que pressupõem votação do público para definição do vencedor). O fenômeno de votação popular ainda pode ser observado nas enquetes realizadas via *Twitter* durante a veiculação do programa (apesar de constituir uma apresentação gravada, e não ao vivo), questionando a audiência em relação à qual deveria ser o participante eliminado (a própria emissora parece recorrer a elementos que remetem à votação pelo público, estabelecendo certa relação com o *Big Brother* e outros *Reality Shows* que contam com votos da audiência para definir o desenvolvimento da competição, ainda que esta não constitua característica da franquia *MasterChef*).

<sup>19</sup> Neste artigo é utilizada essa definição de cultura: *todo um modo de vida que, em processo* (logo, em constante reconfiguração), tem *significados redefinidos pelos atores sociais* (WILLIAMS, 1989, p. 8) à medida que esses atores travam contato *com* (e utilizam) as materialidades culturais *na longa duração*.

estabelece o que o indivíduo é (em uma cultura específica), inclusive em função de sua capacidade de operar e compreender esses objetos (mesmo quando as coisas materiais estão atuando de modo *invisível*). Ainda: a cultura material pressupõe que as “coisas materiais expressam nossos relacionamentos e nossos valores, às vezes como indivíduos, outras em relação a uma família.” (MILLER, 2012, p. 107). Essa premissa teria como ponto de partida o fato de que “nós também somos objetos, e nosso uso e identificação com a cultura material provêm uma capacidade de aprimoramento, tanto quanto para imersão, de nossa humanidade. [...] Uma apreciação mais profunda das coisas irá conduzir a uma apreciação mais profunda das pessoas”. (MILLER, 2010, p. 6). Ora, se a cultura material está associada a objetos, evidentemente, tratar o tema envolve, então, também tratar de consumo. Contudo, há que se destacar a necessidade de abordar o consumo em perspectiva complexa: enquanto é óbvio que os objetos necessitam ser obtidos (estabelecendo consumo via alguma forma de aquisição), é fundamental considerar que eles necessitam também ser mantidos, acessados e, eventualmente, transformados (o que poderia ser referenciado como estabelecendo consumo via uso).<sup>20</sup>

É exatamente em relação a esse uso e transformação dos objetos que é possível estabelecer um elo para análise conceitual de *MasterChef* como vinculado a uma espécie de efeito de afeto para a audiência do programa. Ocorre que a culinária parece acionar a memória afetiva (no caso de *MasterChef* não apenas dos competidores, mas eventualmente também da audiência do programa),<sup>21</sup> e seu acionamento remete ao consumo não apenas quando da aquisição dos ingredientes (que conforme mencionado nos Quadros 1 e 2 ocorre em cada programa em, ao menos, em dois momentos),<sup>22</sup> mas também na transformação das matérias-primas (também, ao menos, dois momentos<sup>23</sup>) e com a apresentação do resultado

<sup>20</sup> “Se nós reduzirmos o consumo à compra, nós iríamos ignorar o que para mim era um processo mais importante. Para mim, o consumo não era apenas comprar coisas, ele era a forma como nós ulteriormente transformávamos os bens que tínhamos comprado – um processo muito mais ativo.” (MILLER, 2012, p. 64).

<sup>21</sup> Deve-se observar que nenhum estudo de recepção foi realizado pelos autores deste artigo em relação ao programa. A proposição é baseada apenas no sucesso da franquia (veiculada mundialmente) e na hipótese esboçada mais adiante, no final desta seção.

<sup>22</sup> A aquisição dos ingredientes ocorre tipicamente no momento da *Caixa Misteriosa ou Prova em Equipe* (correspondente às seções b1 e b2) e durante a (g1/g2) *Seleção de ingredientes para a prova eliminatória* – ambas as seções do programa foram apresentadas anteriormente, nos Quadros 1 e 2.

<sup>23</sup> A transformação dos ingredientes ocorre tanto durante a (c1/c2) *Preparação dos pratos* quanto na (h1/h2) *Preparação do prato da prova eliminatória* (na versão US) ou na *Preparação do prato da prova de eliminação* (na versão BR) – consulte Quadros 1 e 2.



(tipicamente em dois momentos do programa).<sup>24</sup> Curiosamente, em termos quantitativos, ao menos 6 das 11 seções principais do programa, é possível identificar explicitamente elementos que remetem a aspectos da cultura material – particularmente via consumo (aquisição e transformação).

Complementando o estabelecimento das relações de afeto, os comentários dos participantes durante a veiculação de *MasterChef US* também contribuem para tal efeito. Como exemplo pode ser citado o depoimento da competidora Christine (participante vencedora da terceira temporada estadunidense) que parece ilustrar o teor geral do programa: em um episódio específico, ao ser revelado o conteúdo das *Mystery Boxes*, ao invés de os competidores encontrarem os habituais ingredientes para o preparo dos pratos, os então três participantes remanescentes se depararam com um livro de receitas contendo todas as páginas em branco e suas respectivas fotografias ilustrando a capa (um dos prêmios do vencedor de *MasterChef* é a edição e distribuição de seu próprio livro de receitas). Ao serem questionados sobre a provável dedicatória que fariam caso vencessem o programa e assinassem seu livro de receitas, as respostas de todos os finalistas remetiam a relações de afeto. No caso de Christine: “Penso que [à] minha mãe. [...] Porque ela era uma cozinheira realmente boa, que faleceu quando eu tinha 14 anos de idade, *nunca me deixou quaisquer receitas e eu venho tentando recriá-las desde então.*” (US 3ª temporada, episódio 19, tradução a partir do áudio original, grifos nossos). A referência afetiva à mãe, via culinária, pode ser também observada em *MasterChef BR*, quando, após provar um prato elaborado com caranguejos pela participante Elisa, o chef e jurado do programa Henrique Fogaça mencionou que haveria “coisas, situações e sabores que às vezes ficam na memória, esquecidos” e que o prato servido pela competidora teria proporcionado o efeito de *transportar mentalmente* “lá pra casa da minha mãe. Há 15 anos [...], [n]os almoços de domingo”, quando ele comeria pratos com sabores equivalentes (BR 1ª temporada, episódio 11).

Mas, ainda antes de iniciar a veiculação, o acesso a informações sobre *MasterChef BR* a estrear na Band (particularmente o formulário de inscrição dos candidatos a concorrentes da edição brasileira no *website* do programa), já possibilitava identificar elementos que remetiam à espécie de efeito de afeto. A afirmação pode ser exemplificada a partir do trecho do formulário intitulado “Sobre você cozinhando” (O MAIOR, 2014), no qual duas das perguntas a serem respondidas pelos candidatos a competidores envolviam:

<sup>24</sup> A apresentação do resultado ocorre na (d1/d2) *Conclusão e montagem dos pratos* e na (i1/i2) *Conclusão e montagem da prova eliminatória* (na versão US) ou na *Conclusão e montagem da prova de eliminação* (na versão BR) – seções descritas nos Quadros 1 e 2.

(a) “[q]uem te ensinou a cozinhar? Qual é a sua primeira memória cozinhando?”; e (b) “conte qual foi o momento em que você percebeu que cozinhar era o que você queria fazer e quando *foi que se apaixonou pelo tema*” (idem, grifos nossos).

É possível considerar, então, que tanto em termos quantitativos quanto qualitativos, há índices que remetem *MasterChef* (tanto *US* quanto *BR*) a um programa que, para além da competição, aborda afetos. Enquanto o aspecto quantitativo fica evidenciado nos elementos citados anteriormente que remetem à cultura material, os depoimentos dos participantes (e mesmo a ficha de inscrição) permitem identificar o caráter qualitativo. Parece essencial, então, compreender a motivação pelo uso desta *receita*: em concordância com Bauman, uma alternativa para o equacionamento do tema, para dar conta da complexidade envolvida está associada ao formato como os relacionamentos humanos talvez estejam sendo estabelecidos na contemporaneidade. No âmbito do programa, a criação dos pratos seria uma forma de aproximação afetiva (ou seja, de os competidores *estarem junto das* pessoas de seu convívio). Uma forma de partilha do cotidiano.<sup>25</sup> A desenvolver.

## 4 Leituras iniciais de potenciais variações culturais

“[...] é bacana pegar modelos de outros países trabalhando com cultura para a gente olhar a nossa cultura de outra maneira”. (PASTORIZA, 2014).

Como última análise, vale destacar que a identificação de elementos de afeto no programa *MasterChef* alcança: (i) a identidade em relação aos pratos produzidos; (ii) a realização de um sonho pessoal; e, em última instância, (iii) o reconhecimento como nação. Todos esses três itens remetem diretamente a pertencimento cultural – que pode ser estabelecido via ato culinário (e que também reforça o caráter de consumo via cultural material).

No que se refere à (i) identidade em relação aos pratos produzidos, é possível mencionar um episódio quando, ao levantar as *Mystery Boxes*, cada competidor constatou não haver conteúdo na caixa (*US* 3ª temporada, episódio 17). Foi solicitado, então, que cada participante escolhesse o conteúdo de sua própria *Mystery Box* (com um limite máximo de 15

<sup>25</sup> Contudo, em função da necessidade de aprofundamento analítico e reflexivo desse esboço de hipótese, pretende-se desenvolver a ideia em artigo futuro.

ingredientes), de modo a habilitar a elaboração de um prato que o *substituisse*: deveriam ser selecionados “ingredientes que pudessem criar um prato que dissesse ‘você’ em um prato [ou fosse cada um deles em um prato]”. (US 3ª temporada, episódio 17, tradução a partir do áudio original). O argumento utilizado foi o de que os competidores remanescentes eram os “cinco finalistas: é [seria] o momento de mostrar *quem eles realmente são* [eram]”. (idem, grifo nosso). Para ilustrar a relevância da identificação do candidato a *chef* com o prato confeccionado, é possível mencionar, ainda, a ocorrência equivalente que pode ser observada em US 5ª temporada, episódio 1: ao levantar as *Mystery Boxes*, os competidores encontraram um espelho, indicando que eles deveriam elaborar *um prato que fosse cada um deles*. Na perspectiva da cultura material, “as coisas, como as roupas, não representam as pessoas, mas de fato constituem quem elas são” (MILLER, 2010, p. 23): para os *competidores* do programa, os alimentos preparados atuariam de modo equivalente. No caso da edição brasileira, índices de que seria abordado o tema central da relação de identidade entre o cozinheiro e seu prato podiam ser observados já no trecho do formulário de inscrição intitulado “Habilidades” (O MAIOR, 2014): dentre as perguntas direcionadas aos candidatos a competidores, uma possibilita estabelecer relação com o assunto: “[S]e fôssemos na sua casa, o que você cozinaria para nós?” (idem) – em outros termos: como você *se faria ver pela sua comida*?

Quanto à (ii) realização de um sonho pessoal, o aspecto é evidenciado em *MasterChef US* por exemplo, em US 3ª temporada; episódio 14, via realização do *sonho americano*: os competidores eliminados ao longo dos últimos oito episódios são convidados a participar de uma nova seleção para retornar à competição (apenas aquele que realizar o melhor prato receberá de volta seu avental<sup>26</sup>). A explicação para o episódio foi que

[m]esmo os melhores *chefs* no mundo podem ter um dia ruim [...]. É difícil para qualquer pessoa ser julgada apenas por seu pior momento e seu pior prato [culinário]. Esta é nossa busca [do programa] pelo melhor cozinheiro doméstico estadunidense, e esta é a América [de fato, os Estados Unidos da América], um país fundamentado nas oportunidades e nas segundas chances. (idem, trad. a partir do áudio original).

<sup>26</sup> Espécie de crachá funcional, o avental é o objeto/a materialidade que habilita o candidato a participar do programa.

No caso da edição brasileira, a realização do sonho também era mencionada já no formulário de inscrição, particularmente no trecho intitulado “Sobre você cozinhando” (O MAIOR, 2014), no qual, dentre as perguntas a serem respondidas pelos candidatos a competidores, duas remetiam diretamente ao tema: (a) “[p]or que você quer mudar a sua vida e virar [se tornar] um profissional de culinária?”; e (b) “[v]ocê já se imaginou sendo um *chef* ou tendo seu próprio restaurante? Se sim, o que te impediu de seguir esse sonho?” (idem).

Finalmente, para abordar os elementos de (iii) o reconhecimento como nação, os quais permitem distinguir o estabelecimento de noções de pertencimento e partilha do cotidiano (observados no programa estadunidense) que mereceriam acompanhamento na edição brasileira para análise de eventuais adaptações (algumas das análises em curso merecem ser mencionadas) envolvem a utilização de cores nacionais<sup>27</sup> e a confecção de pratos típicos,<sup>28</sup> observáveis a partir das variações culturais que podem ser constatadas ao acompanhar a veiculação do conteúdo. A primeira prova em equipe de *MasterChef BR* possibilitou constatar a utilização das mesmas cores da versão estadunidense para designar as equipes na edição brasileira, respectivamente, time azul e time vermelho. Em entrevista concedida aos autores deste artigo, a roteirista brasileira mencionou a não adaptação dessas cores sugeridas inicialmente pela franquia:

[...] na verdade a gente nunca pensou... já virou uma regra, isso tem ‘bíblia’ [manuais de instruções para a criação de programas da franquia], já é uma regra do programa: as equipes vão ser sempre azul e vermelha; a gente não consegue tirar isso. Em qualquer lugar: na Coreia, na Itália [...] as equipes que se dividem são azul e vermelha. (ABADE, 2014, s.p.).

No que diz respeito aos elementos de identidade nacional, é possível mencionar o exemplo da recorrente participação de representantes militares

<sup>27</sup> Em *MasterChef US*, quando os participantes realizam uma prova em equipe, geralmente ocorre uma divisão em dois grupos. A divisão permite as seguintes leituras: primeiramente, há que se considerar a ideia de participação do indivíduo diante de uma atividade em grupo. A realização desse tipo de prova faz sentido em relação à rotina de um *chef* de cozinha, em que a colaboração com o grupo e mesmo a capacidade de liderança são requeridas. Mas convém observar que, quando da divisão em grupos em *MasterChef US*, a identificação atribuída às duas equipes é imperativamente nas cores azul e vermelha – as cores da bandeira norte-americana (o que auxilia a estabelecer identidade como nação).

<sup>28</sup> Em *MasterChef US*, a competição pressupõe, muitas vezes, o preparo de cozinha *internacional* e com ingredientes exóticos. No entanto, sempre há o apelo a “comidas típicas” americanas – como já ocorreu com o hambúrguer, os *donuts*, o *cheesecake*, o *cupcake*, entre outras que, ao serem solicitadas para o preparo, geralmente são acompanhados da menção à “América” – aos Estados Unidos da América (consulte *US 5ª temporada*, episódio 4 – para um exemplo em relação a *donuts*).

(das Forças Armadas) na versão estadunidense: na mesma entrevista com a equipe de produção, quando questionadas as implicações da participação do Exército Brasileiro em *MasterChef BR*, especialmente considerando o fato de que o exército no Brasil não tem exatamente a mesma representatividade na população como é o caso do país norte-americano,<sup>29</sup> a roteirista brasileira mencionou que o tema de uso do exército foi debatido (e que, inclusive, havia dúvidas se o episódio deveria ser gravado com uma instituição que tivesse mais afinidade com a população, como, por exemplo, seria o caso dos bombeiros). A opção por manter a participação do Exército Brasileiro possibilitou identificar uma situação *pitoresca* quando comparadas uma edição estadunidense com uma brasileira (particularmente em relação à reação dos participantes já na *chegada* dos militares). Enquanto no caso de *MasterChef US* os participantes levantam os braços para acenar e saudar helicópteros que fazem voos rasantes (Figura 9), e aplaudem a corporação quando informados de que estariam em uma instalação dos *US Marines* (Figura 10), no caso da versão brasileira, as sirenes de motocicletas militares anunciando a chegada do Exército provocam uma reação inusitada no participante Jaime, que levanta os braços (Figura 11) e justifica sua ação em seguida com o comentário de que ouvira a “sirene tocando... [e] lá onde eu moro, quando a gente ouve sirene, já coloca a mão na cabeça” (BR 1ª temporada, episódio 4).

**Figuras 9 e 10** – *MasterChef US*: Participantes acenam para helicópteros militares; em seguida, aplaudem e comemoram ao serem informados de que estão em uma instalação militar dos *US Marines*, respectivamente



<sup>29</sup> As diferenças de representatividade seriam justificadas por razões diversas: desde as marcas ainda residuais do período de governo ditatorial militar pelo qual passou o Brasil, até os investimentos dedicados à defesa do País (potencialmente inferiores àqueles destinados às Forças Armadas nos EUA, por exemplo), que limitam a visibilidade da instituição.



Fonte: US 3ª temporada, episódio 5.

**Figura 11** – *MasterChef BR*: Participante Jaime levanta os braços ao ouvir sirenes (no círculo, em destaque)



Fonte: BR 1ª temporada, episódio 4.

O acompanhamento em *fluxo* da versão brasileira possibilita, ainda, outras *leituras* de potenciais variações culturais, em especial considerando o estabelecimento de noções de pertencimento e partilha do cotidiano que habilitam o desenvolvimento do *reconhecimento como nação*, bem como de elementos decorrentes dessa condição – a complexidade do tema justifica a continuidade da pesquisa para abordá-lo de forma pormenorizada. Mas pode-se antecipar, por exemplo, a existência de possíveis implicações relacionadas aos aspectos culturais de comunidades estrangeiras, como é o caso dos imigrantes no Brasil, revelados no ato culinário em *MasterChef BR*.

## 5 Considerações Finais

Ainda que a cultura material opere, inclusive, de modo invisível, entende-se que para que ocorra a espécie de efeito de afeto abordada ao longo do trabalho, há a necessidade de haver elementos que provoquem na audiência uma sensação de pertencimento associada ao conteúdo veiculado. Defende-se, neste artigo, que a relevância em considerar a noção de cultura material estaria associada ao fato de que o *acionamento* dos elementos que proporcionam a sensação de pertencimento parece depender diretamente de aspectos de ordem cultural; particularmente, a partir da identificação de *coisas* do cotidiano seria habilitado o reconhecimento da cultura vivida no período. Apesar de a cultura pressupor transformação, a observação de elementos do período vivido geraria tanto a sensação quanto eventualmente o desejo de pertencimento (neste último caso, particularmente para os indivíduos que se sentem afetados pela fragilidade dos relacionamentos contemporâneos): ocorreria, então, o efeito de afeto.

Nesse sentido, entende-se que a edição brasileira de *MasterChef* acerta ao promover adaptações que remetem à culinária nacional nas provas do programa, ainda que ele esteja vinculado a uma franquia internacional: o estabelecimento de reconhecimento por parte da audiência de TV aberta do Brasil tende a aumentar a probabilidade de sucesso. Nas palavras da roteirista Daniela Abade (2014, s. p.), “onde a gente coloca o tempero brasileiro é [...] nas provas gastronômicas [...] [nestas provas] tem coisas que são absolutamente brasileiras”.

E esse reconhecimento de ordem cultural da materialidade culinária, associado às sensações e eventuais memórias afetivas que o ato de cozinhar potencialmente proporciona – estabelecendo uma experiência performancial (ZUMTHOR, 2007) a partir de uma atividade cotidiana que tende a ser tipicamente invisível –, indubitavelmente, possibilita à audiência da programação de TV aberta no Brasil o estabelecimento de um modo de partilhar o cotidiano que, para além do aspecto de competição gastronômica, habilita aproximação pessoal e, com essa aproximação, o estabelecimento de afetos.

## Referências

ABADE, Daniela. *Entrevista presencial concedida pela roteirista de MasterChef Brasil a Caroline Cavalcanti de Oliveira e Carlos Eduardo Marquioni*. São Paulo, 20 set. 2014.

ANDACHT, Fernando. O cuca improvável, seus assistentes e o teórico da feijoada: os hiper-rituais da convivialidade em um reality show. *Interin – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens*, Curitiba, v. 1, n. 1, 2006.

BARBOSA, Marialva. Televisão, narrativa e restos do passado. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (e-Compós)*. v. 8, abr. 2007.

BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

CAMPANHA Seara 2014. Disponível em: <<http://www.seara.com.br/seara/campanhas/>>. Acesso em: 28 jul. 2014.

CASTRO, Daniel. *Ana Paula Padrão assina contrato com a Band para comandar reality*. 2014a. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/ana-paula-padrao-assina-contrato-com-a-band-para-fazer-reality-3803>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

CASTRO, Daniel. *Adeus, JN*. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/para-jornalistas-patricia-poeta-foi-ironica-com-bonner-em-despedida-5376>>. Acesso em: 12 nov. 2014.

FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização*. São Paulo: Schwarcz, [1930] 2012.

JIMENEZ, Keila. *Band e SBT travam guerra na cozinha depois da Copa*. Disponível em: <<http://outrocanal.blogfolha.uol.com.br/2014/06/20/4342/>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

KAPLAN, E. Ann (org.). *O mal-estar no pós-modernismo: teorias e práticas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. Programas jornalísticos equivalentes na TV brasileira: uma análise da relação entre o “fluxo” televisual e o perfil da audiência em revistas eletrônicas. In: *Confibercom*, 2. 2014, Braga/Portugal. *Anais...* Braga: Universidade do Minho, 2014.



MILLER, Daniel; SLATER, Don. Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. *Horizontes Antropológicos*, Ano 10, n. 21, p. 41-65. jan./jun. 2004.

MILLER, Daniel. *Stuff*. Cambridge: Polity Press, 2010.

MILLER, Daniel. *Consumption and its consequences*. Cambridge: Polity Press, 2012.

O MAIOR reality show de culinária do mundo está chegando ao Brasil: confira o teaser e inscreva-se. Disponível em: <<http://entretenimento.band.uol.com.br/masterchef/>>. Acesso em: 29 jun. 2014.

OLIVEIRA, Caroline Cavalcanti de. Das apropriações dos modelos televisuais pela internet: desdobramentos midiáticos do programa de receita. In: INTERCOM CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37, 2014, Foz do Iguaçu. *Anais...* Foz do Iguaçu: Unicentro/Unila/UDC, 2014.

PASTORIZA, Rodrigo. *Entrevista presencial concedida pelo coordenador de produção de MasterChef Brasil a Caroline Cavalcanti de Oliveira e Carlos Eduardo Marquioni*. São Paulo, 20 set. 2014.

WILLIAMS, Raymond. Culture is ordinary [1958]. In: \_\_\_\_\_. *Resources of hope: culture, democracy, socialism*. London: Verso, 1989. p. 3-18.

WILLIAMS, Raymond. *Television: technology and cultural form*. Padstow: Routledge Classics, [1974] 2005.

ZUMTHOR, Paul. *Performance, recepção, leitura*. São Paulo: CosacNaify, [1978] 2007.