Diovane Avelino de Souza Silva

O mito e sua análise nos hábitos alimentares da França, na perspectiva da Semiologia de Roland Barthes

Diovane Avelino de Souza Silva – UNIPAC

Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda - UNIPAC

E-mail: diovanecs@yahoo.com.br

Fone: (31)3725-1283; 8368-1532

Data de entrega: 24/04/2008

Data de aprovação: 02/03/2009

Resenha de: BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Difel, 2003, p. 75-81.

Roland Barthes nasceu em Cherbourg, na França, no ano de 1915 e faleceu no ano de 1980 no mesmo país. Foi escritor, sociólogo, crítico literário, filósofo e semiólogo. Seu interesse na área de Semiologia propiciou a elaboração de textos críticos a respeito da linguagem da cultura de massa da França burguesa. A partir de análises do cotidiano social, Barthes conseguiu identificar, caracterizar e denunciar a realidade fictícia de inúmeros mitos ofuscada pelo cinema, pela imprensa e demais veículos de comunicação.

“Mitologias” é um livro composto por diversos textos escritos por Roland Barthes. Em todos eles há a apresentação e análise dos inúmeros mitos presentes na sociedade francesa. O livro foi escrito entre os anos de 1954 a 1956, sendo publicado em 1957. A partir de constantes reflexões acerca do mito e sua relação com o aspecto social, Barthes tentou compreender a França do século XX. Ele observou as mais variadas situações do cotidiano e analisou-as como um sistema semiológico. E, com base nessas análises, elaborou ensaios críticos que lhe atribuiriam autoridade na Semiologia.

Como resultado de seus estudos sobre o sistema social, Barthes divide o processo de significação em dois momentos: denotativo e conotativo. O momento denotativo constitui uma percepção linear e simples, enquanto que a conotação abrange o sistema de códigos transmitidos e absorvidos, que, por consequência, são adotados como padrão. O mito, na concepção de Barthes, incita a um processo conotativo que se torna mais forte que o próprio signo em si.

Dentre os textos que compõem *Mitologias*, foram escolhidos para nossos comentários os seguintes: “O Vinho e o Leite” e “O Bife com Batatas Fritas”. Barthes discute, nesses dois textos, a relação direta entre o mito, os hábitos alimentares e a identidade francesa. A presença e a função do mito dentro do sistema social, a partir de hábitos alimentares, na perspectiva de Barthes, são o objeto desta resenha.

Barthes diz no seu texto que o vinho, para os franceses, tem o sentido de exclusividade, intrínseca à identidade nacional da França. Barthes refere-se ao vinho com a expressão “bebida-totem”, uma sutil analogia à bebida dos deuses, e expressa a supervalorização da bebida pelos franceses. O vinho tem como característica a capacidade de evidenciar o contrário inerente aos objetos, como, por exemplo, transformar por instantes uma pessoa tímida em extrovertida. Enquanto mito, o vinho estimula tanto a vivificação do sonho quanto a aproximação de uma realidade indesejada; isso, claro, dependendo da posição social do usuário. Entretanto, ele – o vinho – está presente no cotidiano social francês e é dotado de regras sociais sólidas. O leite, em contrapartida, até mesmo pela sua estrutura substancial, tem um significado oposto ao do vinho. Considerado o antivinho, o leite é um componente restaurador e está associado à inocência pueril.

O autor comenta, ainda no âmbito alimentício, que o bife *semicru* também tem espaço significativo na construção da nacionalidade francesa. O ato de comer um bife *semicru* implica satisfação de todos os temperamentos. Roland Barthes

comenta, por exemplo, que os indivíduos sanguíneos comem o bife devido à identificação que encontram com o seu aspecto e, até mesmo, com o gosto; os nervosos o consomem pelo complemento que o bife *semicru* oferece a eles; e, por fim, os intelectuais, por considerá-lo uma substância intermediária que os guia às origens da natureza. Assim como o vinho, o bife está presente em diversas situações do cotidiano francês, exercendo um papel importante no seu ato alimentício. E as batatas fritas, ligadas ao bife, segundo Barthes, também pertencem à estrutura simbólica da nacionalidade francesa. As batatas fritas estão relacionadas a valores patrióticos e nostálgicos. De acordo com o texto, a *Match* informou que “o general Castrie pediu batatas fritas para a sua primeira refeição”, na trégua da batalha indochinesa. Com tal ato, o general contribuiu para a reestruturação dos costumes alimentares franceses. O ato de comer batatas fritas, de acordo com o autor, possui o significado de identificação da nacionalidade da França. No texto ele utiliza o termo “nosso francesismo”, expressão que nos remete à idéia de singularidade, e, por conseguinte, relacionada à construção de uma identidade nacional.

Por fim, o autor conclui que o mito, enquanto signo que possibilita a conotação, está presente nas ações mais diversas e corriqueiras da sociedade francesa. O vinho, em sua boa aparência e agradável gosto, é um produto a mais no capitalismo francês, conquanto sua base e funcionalidade cultural se sobressaiam e elevam o seu significado além dele mesmo. E quanto às batatas fritas e ao bife, ele finaliza dizendo

que ambos possuem significado de singularidade aos atos franceses, atribuindo à França um caráter identificatório pautado nos seus hábitos e costumes.