

## **Foto gastronômica: a mediação visual provocando outros sentidos<sup>1</sup>**

Prof. Ms. Antonio Roberto Chiachiri Filho (Roberto Chiachiri)

Docente da Faculdade Cásper Líbero e doutorando PUC-SP

### **Resumo**

Nossa proposta neste artigo é evidenciar alguns recursos utilizados pelos fotógrafos gastronômicos no processo de criação desses signos, as fotos gastronômicas, à luz de dois profissionais deste campo, Roger Hicks e Frances Schultz<sup>2</sup> e por meio do livro destes autores intitulado *Photo Culinaire*. Iremos fazer um breve percurso nas técnicas por eles descritas e, por fim, partiremos para uma análise de três fotos que ilustram nosso tema. Tentaremos ver como são construídas as artimanhas para o despertar de prazeres gustativos por meio da foto gastronômica, melhor explicando, como uma mediação visual pode despertar e mesmo aguçar outros sentidos como o gustativo.

Palavras-chaves: foto gastronômica; mediação visual; prazeres gustativos, sinestesia.

O objeto que está sendo criado carrega um modo sensível de mediação da realidade que lhe é externa; é a percepção artística que age na escuta por meio de todos os sentidos. (SALLES, 1998: 91).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 15 – Semiótica da Comunicação do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

<sup>2</sup> Roger Hicks é britânico, fotógrafo e escritor/ilustrador com mais de quarenta livros sobre foto, gastronomia e viagens. Escreve para as revistas fotográficas, *The British Journal of Photography* e *Pic*, na Inglaterra e, *Shutterbug*, nos Estados Unidos. É casado com Frances Schults, fotógrafa e escritora norte americana.

*À moins que vous ne soyez vous même amateur de bonne chère, il est peu probable que vous puissiez la mettre en image avec succès.* (Hicks e Schultz, 1995)

A começar pela citação acima e segundo seus autores, podemos perceber que o processo de criação de uma foto culinária requer logo de início uma condição primeira: que o fotógrafo seja um bom apreciador da boa gastronomia. Os estímulos gustativos que uma foto gastronômica deve despertar dependem bastante da força criativa que tem origem nestes artistas do “clique”.

Propomos, aqui, observar as experiências relatadas pelos fotógrafos Roger Hicks e Frances Schultz na edição francesa da obra *Photo Culinaire*, onde nos apresentam 58 fotos de diversos trabalhos de fotógrafos de várias regiões do mundo. Este livro nos brinda com as técnicas da foto gastronômica em suas 151 páginas, fotos das diversas etapas da culinária. Sopas, legumes, ingredientes, peixes e frutos do mar, mesas preparadas e sobremesas.

Evidentemente deveremos passar pelos meandros e “armações” planejadas para um resultado que se aproxima do pretendido pelo fotógrafo em seus intérpretes. Meandros e “armações” que se traduzem no reforço do poder de mediação do signo fotográfico.

Hicks e Shultz nos relatam, ainda em seu livro, que um dos primeiros passos para a elaboração da foto gastronômica é a escolha dos ingredientes. Parece-nos evidente ser esta a base para a elaboração deste tipo de foto. Porém veremos adiante que só os ingredientes não serão suficientes para compor a mensagem pretendida. Os ingredientes passam por uma escolha rigorosa tentando separar aqueles que mais convêm para o assunto a ser fotografado. E aqueles que mais convêm significa escolher aqueles mais apropriados para a composição do cenário, os que mais se aproximam do assunto a ser fotografado, melhor dizendo, não significa que o ingrediente, um tomate ou um morango, por exemplo, tenha de ser perfeito em suas formas e características. Muitas vezes, segundo os autores, num livro de receitas, por exemplo, todo cuidado deve ser tomado para que a foto não passe a impressão da dificuldade da confecção do prato. Ou seja, a atenção na foto pode estar voltada às especiarias e mesmo aos ingredientes de uma maneira que o leitor ou a leitora sintam-se capaz de fazer aquela receita e não desanime diante de uma complexidade e sofisticação

apresentadas. Às vezes, um prato mais rudimentar, um prato regional, “caseiro”, necessita de um ingrediente com aspectos que possam evocar os sabores e características peculiares daquele prato, melhor dizendo, tenta-se chegar mais próximo possível da sensibilidade que aquele prato pretende despertar. O importante na escolha dos ingredientes é que estes incitem, seja o despertar do paladar, seja o estímulo à compra do produto fotografado (no caso de uma foto publicitária) e/ou os dois. Já a foto para um rótulo de uma embalagem de um produto alimentício deve atingir um grande grau de perfeição. O consumidor do produto, mesmo sabendo que o que encontrará dentro da embalagem não corresponde exatamente com o fotografado do “lado de fora”, se deixa levar pela sugestão que esta quase perfeita foto lhe oferece. “*La réalité est moins attrayante, mais chacun s’en contente.*” (Hicks e Schultz, 1995: 13). Sugestão que, em todos os casos fotografados, é trazida pelos signos icônicos<sup>3</sup>, na concepção peirceana do termo, que tentarão formar, passo a passo, no cerne de um signo predominantemente indicial<sup>4</sup>, a foto, os efeitos interpretativos gerados pelos recursos utilizados na composição desse signo visual e que podem ser capazes de desencadear e intensificar prazeres gustativos numa mente receptora.

De acordo com os nossos fotógrafos, certos alimentos não atraem muitos os olhares e outros, deliciosos, não se apresentam de uma maneira satisfatória - *n’ont pas l’air appétissant*”(idem: 13). É muito importante que se possa ter à mão e com facilidade tudo aquilo que se necessita . Em relação aos alimentos e especiarias, é *conditio sine qua non* que se tenha um ótimo relacionamento com os fornecedores (fruteiros, verdureiros, açougueiros, padeiros etc.), estes podem ser peças fundamentais na hora da escolha certa de ingredientes da melhor qualidade possível.

No entanto, propor uma imagem atraente parece não ser uma tarefa muito fácil. Para isso há que se considerarem vários fatores na elaboração da mensagem fotográfica em gastronomia. Um deles é o que os fotógrafos chamam de fotos “estilo de vida”. Estas devem agir de acordo com o ambiente pretendido. Aqui, um outro caminho começa a ser traçado para que possamos buscar subsídios na experiência do intérprete a quem se destina a mensagem. Saímos da escolha dos ingredientes e passamos para a composição de todo um

---

<sup>3</sup> “I call a sign which stands for something merely because it resembles it, an icon.” PEIRCE, 1885

<sup>4</sup> “Un indice est un signe qui perdrait immédiatement son caractère de signe si son objet venait à disparaître, «mais qui ne perdrait pas ce caractère s’il n’y avait pas d’interprétant». Ainsi le moulage d’un trou fait par une balle : sans le coup de feu, il n’y aurait pas de trou, mais le trou est là, qu’on l’attribue à un coup de feu ou non”. Ch. S. Peirce (1904), citado e comentado por G. Deledalle, 1978: 232-233

cenário. Numa cozinha tradicional, no nosso caso brasileiro tomemos, por exemplo, a cozinha mineira: a composição do quadro fotográfico poderia ser formada por utensílios e móveis rudimentares, luzes douradas, fogão à lenha, um verdadeiro ambiente aconchegante. Num outro contexto, se quisermos associar a gastronomia a um modo de vida mais requintado, a utilização de talheres de prata, cristais, porcelanas finas, torna-se obrigatória na construção do cenário onde os recursos da criação fotográfica podem ser pensados/projetados segundo o repertório sógnico do espectador. Podemos entender, então, que aqui os ingredientes não são mais exclusivos como protagonistas deste cenário e sim elementos que se juntam a outros na busca da composição do sentido.

A iluminação, como em toda fotografia, é outro aspecto de suma importância. Quando se trabalha com ingredientes *in natura* e frescos, sorvetes e alguns molhos, por exemplo, a utilização do *flash* eletrônico é primordial, pois outro tipo de iluminação como a incandescente poderia causar desidratação, derretimento e evaporação nesses tipos de alimentos, impedindo, assim, atingir o resultado pretendido naquela foto. Por outro lado, quando se quer obter uma atmosfera mais aconchegante, calorosa, com tonalidades mais quentes, utiliza-se o recurso luminoso da luz incandescente. Filtros, filmes específicos, gelatinas também fazem parte do conjunto iluminação. Cada um na sua hora e momento adequados cumpre seu papel no aspecto sugestivo do ambiente pretendido, ou seja, na obtenção de um clima mais frio ou mais aconchegante, aspectos de maturação dos alimentos entre outros.

Uma foto gastronômica é uma composição de vários elementos, isto não é novidade, é o que vimos mostrando até então. Porém, para que tal composição se dê de uma forma satisfatória à aproximação do resultado pretendido – pois o sabemos não acabado – a foto requer um ambiente de preparação, melhor dizendo, um ambiente especial para sua criação, para a criação do cenário desejado. Para isso necessita-se de um estúdio preparado para este tipo de foto. Este estúdio não precisa ser muito vasto, mas deve conter o necessário para a composição da foto. Uma verdadeira cozinha totalmente equipada com fogões e fornos, geladeiras e congeladores, pias e balcões etc. Se o assunto é fotografia “estilo de vida” ou “cozinha regional” o grau de exigência é um pouco mais alto, o espaço, os equipamentos, os acessórios, os “elementos decorativos” (aqueles que não compõem a receita e nem fazem

parte do *couvert*, como flores ou velas, por exemplo), tudo deve ser cuidadosamente pensado.

Embora alguns fotógrafos vêm abolindo o uso de alguns artifícios, tais como fumaça de cigarro para representar a temperatura de certos alimentos, ou a glicerina para ressaltar um aspecto suculento de outros, - e isso numa tentativa de deixar o objeto fotografado mais próximo daquilo que chamamos de real, mais próximo do fenômeno em si -, são relatadas ainda a utilização de bolinhas de gude, por exemplo, para dar mais volume aos pratos de sopa ou de guisado ou ainda pedras de gelo em acrílico substituindo as verdadeiras, entre outros “truques”. Outros artifícios, talvez mais naturais, são também empregados na construção do cenário gastronômico muitas vezes no intuito de “corrigir” alguns pontos falhos dos componentes da foto. Um pedaço de queijo, um ramo de salsinha ou a ponta de uma faca podem servir para cobrir uma rachadura indesejável naquele momento numa torta salgada, por exemplo. Enfim, a preocupação na montagem de todo o aparato para fotos gastronômicas é um trabalho de muita minúcia e dedicação, como de resto ocorre em toda foto que exige uma construção cuidadosa, tais como aquelas que tem a sedução como função primordial. Dedicação também em se tratando da equipe que participará na criação de cada foto pretendida. Quanto maior for o grau de sofisticação da foto, maior será o cuidado na composição da equipe que realizará o trabalho. Essa equipe pode ser composta desde duas pessoas, um fotógrafo e um assistente, agregar um terceiro elemento que é o estilista – aquele que ajudará na montagem da cena -, e contar até com a participação de um chefe de cozinha que, evidentemente, será uma das figuras de maior responsabilidade neste ato. Mas o mais importante, segundo nossos fotógrafos, é que essas pessoas tenham grande interesse e apreço ao mundo da gastronomia, como já citamos no início deste artigo.

Um dos últimos passos para a execução da foto é a organização e agrupamento dos elementos que comporão a cena a ser fotografada, pois o potencial desta foto estará não apenas na escolha dos elementos, mas, principalmente, na sua composição. Um outro passo rumo ao clique final é o estudo da luz (um projeto para cada caso singular), da linha de iluminação, que é feito, em muitos casos, baseado numa espécie de maquete em que os alimentos a serem fotografados são substituídos por papéis de seda “moldados” em formas e tonalidades semelhantes a eles. Este estudo visa, além de ajustar os aparatos de iluminação,

evitar a manipulação excessiva dos elementos fotografados numa tentativa de preservar suas características e seu estado de conservação.

Para o ato fotográfico, dois pratos ou cenários idênticos são elaborados. Um serve para teste pré-foto final, em que são executadas com várias tomadas de posição por meio de câmeras de revelação instantânea ou mesmo digitais e o outro, para a finalização do trabalho fotográfico. Quando dizemos finalização, queremos aqui dizer a foto que será impressa, seja num livro, numa revista ou mesmo em um rótulo de uma embalagem, pronta para a divulgação pública.

Isso não significa que o processo interpretativo acabou, pois este registro fotográfico servirá como ativador de sensações e interpretações gustativas. Cada passo, cada elemento, cada estratégia da composição da cena fotografada, todos os recursos dessa elaboração imagética, seja na construção do cenário, no jogo de luzes, no jogo cromático, no aparato tecnológico e em quaisquer outros, devem levar o objeto fotografado a provocar ou mesmo intensificar sensações de prazer gustativo.

Trazendo à luz as categorias fenomenológicas de Peirce e também de acordo com a teoria das modalidades da matriz visual de Santaella (2001: 210), - que nos diz que há três modos de representação visual<sup>5</sup> - , quando mencionamos, por exemplo, jogo de luzes, jogo cromático, brilhos, entre outros, estamos lidando com elementos de primeiridade, ou seja, em correspondência com o ícone puro - formas não-representativas -, ou quando falamos de aparato tecnológico ou técnicas na elaboração de formas figurativas, tratamos com elementos de secundidade, portanto em correspondência com o índice e em se tratando da composição cenográfica, na construção de um prato gastronômico de espaço/ambiente peculiar ao tema, falamos de formas representativas ou simbólicas, elementos de terceiridade em correspondência com o símbolo.

Tentamos até agora uma descrever o processo de criação, segundo Hicks e Schultz, na elaboração de fotos gastronômicas. No entanto, tentaremos, por meio de algumas imagens que apresentaremos a seguir, analisar e pontuar alguns passos desse processo.

---

<sup>5</sup>“Formas não-representativas: 1) a qualidade reduzida a si mesma: a talidade; 2) a qualidade como acontecimento singular: a marca do gesto; 3) a qualidade como lei: a invariância. Formas figurativas: 1) a figura como qualidade: o sui generis; 2) a figura como registro: a conexão dinâmica; 3) a figura como convenção: a codificação. Formas representativas: 1) representação por analogia: a semelhança; 2) representação por figuração: a sifra; 3) representação por convenção: o sistema”.



***Citron Vert (Limão verde)***

Fotógrafo: **Matthew Leighton**

Cliente: **Unilever Colômbia**

Preparação culinária: **Clara Arango**

Filme: **Kodak Ektachrome**

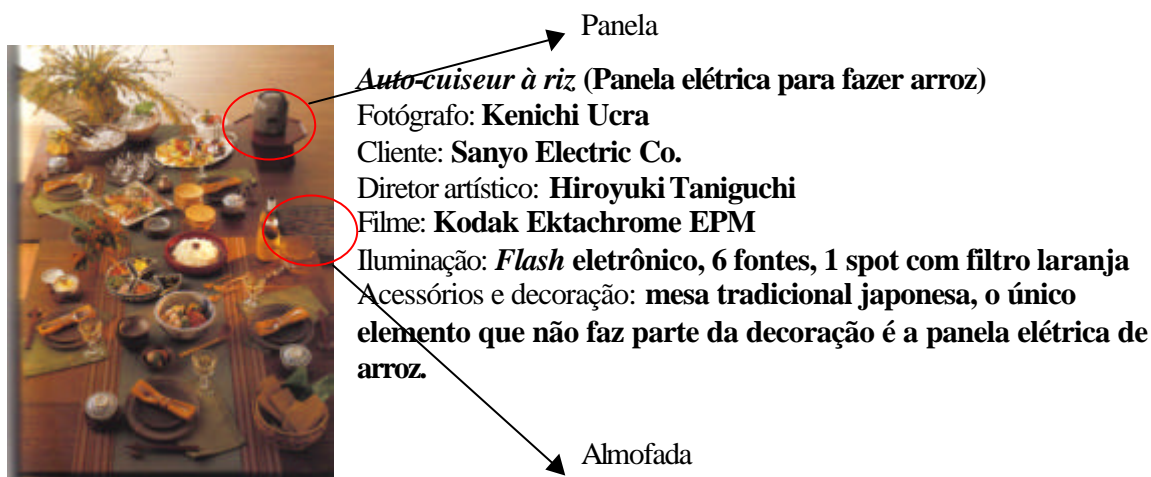
Iluminação: **Flash eletrônico, 3 fontes de caixas de luz**

Acessórios e decoração: **4 placas de vidro**

Para esta foto, Matthew Leighton monta o cenário repartindo os elementos em quatro placas de vidro superpostas e sem nenhum sinal de sujeira ou mancha. Com um jogo de luz composto de três grandes caixas, os elementos de tamanhos e formatos diferentes causam uma marcante impressão de plano, associando, assim, harmoniosamente os objetos fotografados. Aqui vemos uma composição feita em três níveis diferentes tentando ganhar uma visão bidimensional. É, talvez, um trabalho um pouco num sentido inverso do comumente executado em foto, ou seja, num plano bidimensional, vários recursos são utilizados, como por exemplo, jogos de figura e fundo, para causar uma impressão tridimensional naquele material chapado.

Vejamos como que o fotógrafo trabalhou com signos que remetem às as memórias visual, gustativa e olfativa. Se nesta representação só houvesse a foto da torta, o que a poderia identificar como torta de limão, além de certas características gerais de uma torta, como por exemplo, seu aspecto circular, as bordas típicas de sua massa, seriam as “raspinhas de limão”, o que já era suficiente para identificar seu sabor. No entanto, o reforço aí vem por meio de outros elementos que ativam as memórias visual, gustativa e olfativa. A delicadeza da flor e das folhas de limão, a presença da própria fruta, das “rodela” da fruta, pode querer significar a leveza o aroma, o sabor e o frescor do prato. Podemos ainda falar no jogo cromático que constitui esta foto. O branco das flores do limoeiro em consonância com o branco do “suspiro” (espécie de merengue) que recobre a torta, a predominância da cor verde (intimamente ligada ao limão), o tom ocre salpicado no suspiro e nas bordas da torta,

são aspectos quali-sígnicos<sup>6</sup> do objeto retratado. Todo este caminho tentando aguçar, ainda mais os prazeres em saborear esta guloseima.



Trata-se aqui de uma foto de gastronomia, isto é evidente. Porém, é uma foto cujo objetivo principal é a publicidade da panela elétrica de arroz. Podemos verificar que o assunto principal, a panela elétrica de arroz, é o único elemento que não faz parte da decoração. Por que, então, todo esse cenário para a venda desta panela? Temos, novamente, de apelar pela memória gustativa. A maioria dos pratos orientais tem o arroz como elemento básico na sua composição. E não fica por aqui, nesta foto são explorados os mais diversos recursos na constituição deste cenário oriental. Os alimentos tipicamente orientais, os elementos decorativos, a disposição dos elementos da foto, inclusive a sutil presença da almofada no centro direito da foto numa indicação da posição tradicional do ato da refeição oriental que se dá, na grande maioria das vezes, em mesas baixas, bem próximo ao chão.

Em se tratando de publicidade, no entanto, não podemos esquecer do caráter multinacional que esta possui. Aliás, a Sanyo Electric Co., cliente desta foto, é uma multinacional que pretende levar seu produto além das fronteiras de seu país de origem. Aqui, então, observamos a inserção de um outro elemento de características não orientais asiáticas na composição da foto: o garfo. Percebe-se também nesse trabalho fotográfico,

---

<sup>6</sup> “Um quali-signo é um signo particularmente no que diz respeito a sua *qualidade intrínseca* a sua aparência (isto é, sua propriedade primeira) – apenas na medida em que aquela qualidade é constitutiva de uma identidade sígnica que ele carrega: não é constitutiva dele como um signo, mas sim dele como o signo particular que ele é” (RANSDELL, 1983: 54, *apud* SANTAELLA, 2000: 99).



todo um jogo cromático e de luzes na intenção de compor um ambiente harmonioso, caloroso, aconchegante, típico de uma cultura que faz de sua gastronomia prazer e arte. E isto se reflete bem nos comentários do autor dessa obra fotográfica. “*J’ai cherché à exprimer les plaisirs de la vie, dont la bonne chère est l’un des aspects.* »

Pudemos observar um processo de criação publicitária que busca promover um produto por meio de uma composição visual simbólica advinda de um dos nossos maiores prazeres que é a “boa mesa”.



***Repas végétarien (Refeição vegetariana)***

Fotógrafo: **Matthew Leighton**

Utilização: **Capa de livro**

Filme: **Kodak Ektachrome 100 ISO**

Iluminação: **Flash eletrônico, 1 fonte difusa por tecido branco de nylon**

Acessórios e decoração: **fundo com placas de ardósia borrifada com laquê oleoso transparente**

Foto produzida para servir como capa de livro de receitas vegetarianas. Aqui os protagonistas são ingredientes vegetarianos o que não poderia ser diferente. Cuidadosa composição, que embora pareça ter sido constituída ao acaso (os elementos parecem ter sido colocados de uma maneira não muito criteriosa), requer, segundo o artista fotográfico, uma atenção toda especial para que as peças não transmitam sensação de bagunça. A pedra de ardósia, ao fundo, borrifada com um tipo de laquê oleoso permite o direcionamento dos reflexos de luz sem competir com o brilho que emana dos ingredientes. Esta miscelânea de produtos da natureza vegetariana composta por frutos, legumes, raízes, tubérculos, especiarias, hortaliças, grãos, cereais etc., age como uma espécie de *teaser* daquilo que pode ser encontrado dentro do livro. Ou melhor, é um convite ao seu público leitor, para percorrer o universo deste mundo vegetariano e natural.

Os artifícios para a construção deste signo fotográfico se mostram de uma simplicidade marcante, embora com uma eficiência espetacular. Trabalhou-se aqui com os recursos cromáticos advindos da própria natureza, auxiliados por alguns “truques” (no caso do laquê e da iluminação). Porém, todo cuidado na preparação e execução deste signo pode mostrar a sensibilidade de seu criador quando da elaboração construtiva de sua obra. O artista compõe este signo pautado numa experiência que o permite ver e fazer ver além daquilo que está simplesmente retratado. A composição da ardósia com seus tons esverdeados, com os elementos vegetais constituem um casamento perfeito para essa temática. É natureza sobre natureza. É a ardósia, verde, dando suporte para os elementos vegetais (cor verde pode remeter à idéia de vegetal) reavivando a memória e, desta forma, tentando despertar os prazeres gustativos daqueles que desta categoria de alimentos são adeptos ou simpatizantes.

## **Considerações finais**

Este é um artigo germinal de um projeto maior que pretendemos desenvolver em nosso doutoramento. Em nossa pesquisa de doutorado, intencionamos identificar os recursos utilizados pelos fotógrafos especializados na foto gastronômica, recursos estes que supomos responsáveis pelos efeitos de sugestão sinestésica que essas fotos produzem num receptor a ponto de excitar o apetite por vezes de modo mais intenso do que o próprio fenômeno (um prato, uma receita pronta, um ambiente gastronômico), no domínio do que chamamos de real, o faria. E com isso, poder contribuir semioticamente para trabalhos na área da comunicação fotográfica.

Procuramos aqui, mesmo que de uma maneira um tanto quanto modesta e dentro de nossa temática, mostrar alguns recursos utilizados pelos artistas fotógrafos no processo de criação de uma foto chapada, bidimensional, para poder despertar prazeres gustativos e poder reforçar os poderes deste signo visual. E, através dessa tessitura de processos e linguagens podemos constatar a importância do campo da semiótica, visto ser esta a ciência das linguagens, a ciência que busca a compreensão do raciocínio humano, que busca, entre outros, desvendar os processos da comunicação. A foto gastronômica, como signo que é, no modo como representa ou simula seu objeto, consegue aguçar os sentidos desencadeando no intérprete reações fisiológicas tais como, por exemplo, salivar ou empreender imaginativamente o sabor peculiar daquele alimento segundo seu prévio repertório sógnico gustativo. Enfim, é a mediação visual despertando ou mesmo intensificando os outros sentidos.

## Referências Bibliográficas

- CHIACHIRI, Roberto. *Publicidade: A estratégia comunicacional em seu aspecto sugestivo*. Dissertação de mestrado. São Paulo: PUC-SP, 2003.
- DELEDALLE G. « *Commentaire* », in *Écrits sur le signe*. Paris : Seuil, 1978.
- FORNARI, Cláudio. *Comes & Bebes – Dicionário-Almanaque de Acessórios, Bebidas, Comidas*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.
- HICKS, Roger & SCHULTZ, Francis. *Photo Culinaire*. Paris : Editions VM, 1995.
- SALLES, Cecília Almeida. *Gesto Inacabado - Processo de criação artística*. São Paulo: Annablume, 1998.
- SANTAELLA, Lucia. *Teoria Geral dos Signos*. São Paulo: Pioneira, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Matrizes da Linguagem e Pensamento. Sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- \_\_\_\_\_ & NÖTH, Winfried. *Imagem. Cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1998.