

O SABOR DAS IMAGENS

Isabella Aparecida de Barros Moretto¹; Mariana Pereira Alves¹; Sheila Pereira Falco¹; Alessandro Costa Soares Corazza^{2*}

¹ Graduando em Tecnologia em Gastronomia, Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS;
² Médico Veterinário – FCCA, Esp. em Clínica e Cirurgia e em Reprodução Animal – Qualittas Pós-graduação, Gastrólogo – Faculdades Integradas de Três Lagoas – MS FITL/AEMS, Esp. em Cozinha Italiana – Faculdade Metropolitana de Ribeirão Preto – SP, Membro de Federazione Italiana Cuochi – FIC BRASILE, Docente em Gastronomia na Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS.

* autor correspondente: dr.alessandro74@gmail.com

RESUMO

No contexto da comunicação, cultural e gastronômico esta pesquisa está voltada para recursos utilizados pelos fotógrafos especialistas em fotografia gastronômica, esses recursos são responsáveis pelos efeitos produzidos a ponto de aguçar o apetite de modo mais intenso do que um prato o faria. O intuito é mostrar como o ângulo interfere na foto para uma boa qualidade, mas não só o ângulo, como também a iluminação, os utensílios e o fundo, ou seja, tudo isso é muito importante em uma fotografia de alimento. A intensão é instigar o apetite através da fotografia, o famoso bordão “os olhos comem primeiro” onde pela foto o público sinta o prazer e a necessidade de querer degustar o produto oferecido. O sabor que as imagens podem transmitir através da fotografia é muito importante para atrair atenção do público-alvo por meio de outdoors, redes sociais e outros meios que podem estar levando a imagem para todo público. Por meio das pesquisas realizadas, e pelo cotidiano de muitas pessoas, percebesse que os profissionais da fotografia de alimento estão fazendo com que sua profissão seja atualmente ápice de procura para restaurantes e lanchonetes, pois por meio de pratos atraentes conseguem atrair mais público para frequentar o ambiente, fazendo com que se torne um local atrativo.

PALAVRAS-CHAVE: gastronomia; fotografia; comunicação; atraentes; pratos; público.

1 INTRODUÇÃO

Nada melhor do que o cheirinho de uma cebola refogada, de um café sendo coado. O calor do forno, do fogão à lenha, o som da fritura, da água fervente... Vozes e vida daquela cozinha aconchegante das boas conversas. Mas, às vezes, esse cheirinho, esse calor, esse som, trazem muito mais à nossa mente do que somente o próprio paladar do prato que está sendo preparado. Isso tudo nos traz recordações da infância, da nossa avó, da nossa mãe, da nossa família, da nossa casa, da nossa vida. São, talvez, essas fortes experiências - “o inteiro resultado cognitivo do viver” (IBRI, 1992, p.9) – que fazem com que o sabor dos alimentos se torne para nós muito mais significativo e palatável.

O olfato pode ser o sentido que mais prepara o sistema digestório para receber os alimentos, ele é forte e ativa a memória gustativa de uma maneira ímpar. O paladar tem de ser complementado pelo olfato, pois só está apto para sentir o salgado, o doce e o amargo. Porém, um outro sentido, talvez, nos faça chegar bem próximos desse resgate de memória gustativa, o sentido da visão. Uma “viagem”, então, por um livro ou revista ilustrada de receitas culinárias, e mesmo em certas peças publicitárias de gastronomia, nos faz penetrar num mundo de sonhos, sensações e sabores que resgatam toda uma memória empreendendo imaginativamente prazeres gustativos.

Quando dizemos prazeres gastronômicos ou gustativos nos referimos não

somente ao gosto, mas a tudo aquilo que possa, diante de um signo visual, despertar num intérprete, sejam reações fisiológicas como “água na boca”, sejam reações de vontade, de despertar o apetite, de sofisticação entre tantos outros.

Como é possível que uma imagem, fixa, chapada, enfim, bidimensional seja capaz de produzir no seu receptor reações sinestésicas quase ou tão mais fortes do que a percepção que o próprio fenômeno produziria?

Melhor explicando, como e por que as imagens fotográficas da gastronomia podem desencadear reações gustativas tão eficazes quanto aquelas que são produzidas quando estamos diante de um prato no ato da refeição, mesmo levando em consideração estarmos, neste ato, muito mais próximos do fenômeno com todas as características perceptuais de aroma e temperatura que lhe são próprias? (ANTONIO ROBERTO, 2008).

O objetivo deste trabalho é transmitir as sensações que aquecem o paladar por meio de imagens estimulando a visão que o público tem diante da internet. A fotografia busca sensibilizar os sentidos pelo olhar, trazendo a percepção das texturas, consistências, temperatura, suculência e sabor do produto. O objetivo é provocar o consumidor ao aguçar seu apetite pela imagem.

Este artigo é uma revisão bibliográfica da literatura científica nacional e internacional publicada em livros e artigos referente ao tema. Para a pesquisa, utilizou-se bases de dados e plataformas especializadas de divulgação científica como Google Acadêmico com as palavras chaves sabor das imagens e fotografia da gastronomia.

2 FOTOS DE COMIDA, TUDO O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA TORNAR PRATOS VISIVELMENTE ATRAENTES

As fotos de comida estão entre as mais populares nas redes sociais,

principalmente naquelas em que as imagens são o carro-chefe, como o *Instagram* e o *Pinterest*.

E as empresas que exploram a fotografia gastronômica, como bares, restaurantes, *food trucks*, lanchonetes, padarias, docerias, indústrias e outros estabelecimentos, têm ganhado visibilidade em seus negócios, aumentando suas vendas, a partir de boas fotos de seus pratos (MACHADO, 2020).

3 FOTOGRAFIA DE COMIDA, PROVOQUE OS SENTIDOS DO SEU CLIENTE

Para ter um cardápio atraente não basta colocar os nomes dos pratos e os ingredientes. É necessário e muito recomendável que se use a fotografia da comida. Uma bela imagem chama a atenção dos clientes e convence-os de que vale a pena experimentar os pratos que estão sendo vendidos, afinal, ainda não se tem conseguido transmitir o perfume e o sabor dos pratos.

Figura 1. *Mac'n Cheese* (macarrão com queijo).



Fonte: Extraído de Nivaldo, 2020.

É o famoso “comer com os olhos”! A primeira impressão é sempre a que fica — por isso, disponibilizar fotos dos pratos é muito importante. O cliente bate os olhos e acha a comida apetitosa. Pode não ser o melhor prato do mundo, mas se a foto for bem tirada, ele valoriza o seu cardápio e atrai clientes (SCUADRA, 2021).

A Figura 1 apresenta um prato que demonstra o quanto a fotografia de alimento é importante visualmente e desperta o apetite do público.

4 GASTRONOMIA É ARTE E COMEMOS COM OS OLHOS

A expressão “comer com os olhos” geralmente significa comer além do necessário para se sentir saciado, ou seja, comer com exagero. Além disso, pode significar que se pode observar a comida, mas não a comer. Essa expressão vem da Roma Antiga, onde havia rituais fúnebres nos quais eram expostos grandes banquetes, porém, a comida não era liberada para todos comerem.

A gastronomia reinventou essa expressão, porém em outra condição: é referente a uma dose a mais de criatividade usada na apresentação dos pratos a fim de despertar o interesse de degustação dos clientes. As formas e as cores serão apreciadas antes mesmo de a comida ser degustada. É neste instante que a criatividade na disposição dos alimentos faz toda a diferença.

Tem clientes que deixam de comer um alimento gostoso por ter sido

colocado de qualquer forma em um recipiente ou por não ter visto uma foto dele no cardápio. Eles olham e não sentem vontade de comer, mesmo que seja uma comida maravilhosa. Logo, a divulgação do alimento é essencial (SCUADRA, 2021).

5 O QUE É FOTOGRAFIA GASTRONÔMICA?

Fotografar gastronomia vai além de tirar fotos de comida. É uma arte, a de sensibilizar os sentidos através do olhar, a partir da percepção das texturas, consistências, cores, da temperatura, succulência e o sabor do produto. Ou seja, captar imagens de alimentos e torná-los visualmente atraentes.

Um projeto fotográfico desta natureza leva em conta alguns fatores determinantes como: estudo do preparo, consistência ideal para a imagem, montagem, decoração e a manutenção da aparência pelo tempo necessário para a captação da imagem (MACHADO, 2020).

A Figura 2 apresenta a mesa posta com a disposição dos pratos desde entrada até sobremesa.

Figura 2. Mesa posta.



Fonte: Extraída de Nathalia, 2020.

6 COMO TIRAR FOTOS DOS PRATOS DE FORMA PROFISSIONAL?

Antes de mais nada, você deve ter

em mente um bom planejamento: pensar em como pretende transformar aquele alimento em algo atraente, ter uma estratégia de marketing envolvida

preferencialmente e outros pontos técnicos importantes como iluminação e enquadramento, por exemplo.

Outro ponto importante: você não precisa gastar rios de dinheiro em equipamentos. Uma câmera de qualidade e a lente adequada são mais do que suficientes. Dependendo do tipo de trabalho, você pode também considerar adquirir uma caixa de luz (MACHADO, 2020).

7 SEPARAMOS ALGUMAS DICAS PARA VOCÊ REGISTRAR ÓTIMAS FOTOS:

7.1 Iluminação adequada

A direção da luz é essencial em fotos de comida, por isso observe com bom senso: a iluminação de frente costuma ser menos indicada, pois tende a deixar o alimento sem sombras e sem nuances. Já a iluminação lateral, destaca contrastes, texturas e detalhes, criando as três dimensões.

Figura 3. Salada ao molho de agridoce.



Fonte: Elaborada pelos autores.

7.2 Atenção aos ângulos

O principal é observar o que será fotografado e o que precisa estar em foco. A partir disso o ângulo é definido. Existem alguns termos conhecidos no *food styling*: *eye level* (a comida fica posicionada no mesmo nível da câmera),

bird's eye (onde temos uma visão de cima) e diagonal a 45 graus (é o ângulo de quando vamos comer o alimento).

A Figura 3 apresenta um prato de salada; observe o quanto é importante o ângulo que foi tirada a foto destacando todos os ingredientes.

7.3 Não utilize o flash

O flash é raramente utilizado em fotos de alimentos, uma vez que o excesso de luz deixa a imagem sem forma e sem textura, tira o brilho dos alimentos. Isto se aplica a qualquer tipo de equipamento. A Figura 4 apresenta um prato principal e mostra a importância da iluminação do ambiente para valorizar os alimentos.

Figura 4. Filé Chateaubriand.



Fonte: Extraída de OiMenu, 2021.

7.4 Montagem (*plating*)

O *plating* é um conjunto de técnicas para montagem de pratos, ou seja, a disposição estética do alimento dentro do prato que será fotografado.

Figura 5. Panqueca americana.



Fonte: Extraído de OiMenu, 2021.

Em alguns restaurantes existe uma disposição padrão para a comida no prato, mas em muitos casos, a apresentação fica a cargo do fotógrafo.

A Figura 5 apresenta a sobremesa que utiliza a técnica de montagem em empilhamento que neste caso valoriza todas as camadas.

7.5 Escolha ingredientes frescos e bonitos

Atenção especial aos alimentos perecíveis, como frutas e legumes. Estes devem estar frescos e com ótima aparência, pois cada imperfeição fica evidente na fotografia em close. Inclusive, aproveite um pouco dos ingredientes da receita para compor o cenário, isto reforça para o público que se quer atingir, o sabor do prato e o aspecto “feito a mão” da receita.

7.6 A escolha de utensílios também conta

Louças, talheres, tecidos e plantas, são alguns elementos que podem compor o cenário de uma ótima fotografia culinária. Escolha objetos/ingredientes que tenham relação com a comida que está sendo fotografada, mas não exagere na quantidade de peças, lembre-se: menos é mais.

7.7 Conte uma história

Um dos principais aspectos é a narrativa. Busque fazer com que a imagem pareça ter tido um início, um meio e terá um fim. Fatias de bolos ou uma colher mergulhada em um copo de iogurte, tudo isso cria a sensação de uma cena viva. A escolha da receita, das louças, do cenário, das cores: tudo é uma junção de elementos que contam uma história.

7.8 Teste as cores do alimento

O uso correto dos tons cria um contraste muito bonito na foto. Se a comida fotografada tiver poucas cores, experimente acrescentar objetos com tons complementares. O efeito pode ser

interessante para as suas fotos de comida.

Além disso, estudos relacionados a psicologia das cores mostram a importância que elas possuem no *marketing*, já que atuam diretamente no cérebro e estimulam o apetite. Por isso, dê atenção para as cores quentes – tons de amarelos, alaranjados e vermelhos, que estimulam os sentidos, como senso de urgência, fome. As variações de verde também funcionam bem, pois trazem um ar orgânico e de frescor. Por sua vez, as cores frias, como os azuis e os roxos, devem ser evitadas.

Isto não quer dizer que alimentos destas cores devem ser eliminados das suas fotos de comida. Tudo depende do contexto, da naturalidade e da saturação. Uma dica é pensar na identidade visual de sua empresa e alinhá-la as imagens (MACHADO, 2020).

A Figura 6 apresenta as imagens dos temperos e ingredientes fundamentais para dar sabor e tempero para preparação dos alimentos.

Figura 6. Temperos



Fonte: Extraído de Depositphotos (2009).

8 POR QUE SUA EMPRESA DEVE SE PREOCUPAR COM FOTOGRAFIA GASTRONÔMICA?

Além da importância de um cardápio ou *outdoor* com fotos estimulantes,

as imagens têm um único propósito que é o de gerar a vontade de comer.

Na arte de provocar os sentidos do consumidor com o uso de imagens tentadoras, vale tudo para melhorar a aparência de um produto e torná-lo mais bonito e apetitoso.

Quando uma empresa, também do segmento gastronômico, passa a existir na Internet, ela pode e deve fazer uso de todas as ferramentas de publicidade eletrônica disponíveis. E no *Marketing Digital* a maioria dos esforços é orientada para melhorar o engajamento e o relacionamento com os clientes e leads. As imagens ajudam muito neste propósito.

A fotografia de gastronomia está em ascensão no Brasil, justamente porque os profissionais e as empresas estão sempre inovando. Agora que você já sabe como tirar fotos incríveis dos pratos e alimentos e quer começar a fazer novas fotos de seus pratos e *drinks*, saiba que temos orçamentos especiais para bares, restaurantes, padarias, indústrias, docerias e todo o segmento alimentício (MACHADO, 2020).

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando dizemos prazeres gastronômicos ou gustativos nos referimos não somente ao gosto, mas a tudo aquilo que possa, diante de um signo visual, sejam reações de vontade, de despertar o apetite.

As imagens fotográficas da gastronomia podem desencadear reações tão eficazes quanto aquelas que são produzidas quando estamos diante de um prato no ato da refeição, é o famoso comer com os olhos.

REFERÊNCIAS

CHIACHIRI FILHO, A. R. O sabor das imagens. 2008. 144 f. Tese (Doutorado em comunicação e semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. 2008.

DEPOSITPHOTOS. Sabor: melhores imagens de *stock*, fotos livres e royalties. Disponível em: <<https://br.depositphotos.com/stock-photos/sabor.html>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

FABRO, N. Casa e Jardim. 25 programas de culinária para ver na Netflix. Disponível em: <<https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Dicas/noticia/2020/04/24-programas-de-culinaria-para-ver-na-netflix.html>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

MACHADO, A. Fotos de comidas: tudo o que você precisa saber para tornar pratos visivelmente atraentes. Disponível em: <<https://www.alefotografo.com.br/blog/fotos-de-comida-tudo-o-que-voce-precisa-saber-para-tornar-pratos-visivelmente-atraentes>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

MACHADO, A. Fotos de comidas: tudo o que você precisa saber para tornar pratos visivelmente atraentes. Disponível em: <<https://www.alefotografo.com.br/blog/fotos-de-comida-tudo-o-que-voce-precisa-saber-para-tornar-pratos-visivelmente-atraentes>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

NIVALDO. Buenas Dicas. 15 principais comidas típicas dos Estados Unidos, 2020 – Disponível em: <<https://www.buenasdicas.com/comidas-tipicas-eua-10473/>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

OI MENU. 5 cuidados essenciais para fotografar comida. Disponível em: <<https://www.oimenu.com.br/blog/marketing/fotografia-de-comida>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

SCUADRA. Fotografia de comida: provoque os sentidos do seu cliente. Disponível em: <<https://www.scuadra.com.br/blog/fotografia-de-comida-provoque-os-sentidos-do-seu-cliente/>>. Acesso em: 17 abr. 2021.