

**UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

Rafael Falconi Candiotto

**COMUNICAÇÃO DA SENSORIALIDADE:
GASTRONOMIA E O CHEF MICHEL BRAS EM DESTAQUE**

**Sorocaba/SP
2016**

Rafael Falconi Candiotto

**COMUNICAÇÃO DA SENSORIALIDADE:
GASTRONOMIA E O CHEF MICHEL BRAS EM DESTAQUE**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Ogécia Drigo

**Sorocaba/SP
2016**

Ficha Catalográfica

Candiotto, Rafael Falconi

C223c Comunicação da sensorialidade : gastronomia e o chef Michel
Bras em destaque / Rafael Falconi Candiotto. -- Sorocaba, SP, 2016.

102 f. : il.

Orientador: Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo.

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) -
Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2016.

Rafael Falconi Candiottto

**COMUNICAÇÃO DA SENSORIALIDADE:
GASTRONOMIA E O CHEF MICHEL BRAS EM DESTAQUE**

Dissertação aprovada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-
Graduação em Comunicação e Cultura da
Universidade de Sorocaba.

Aprovado em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.(a) Dr.(a) Maria Ogécia Drigo
Universidade de Sorocaba

Prof.(a) Dr. Antônio Roberto Chiacchiri Filho
Faculdade Cásper Líbero

Prof.(a) Dr.(a) Márcia Rodrigues da Costa
Universidade de Sorocaba

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Vera Lúcia Falconi e Adolfo Machado Filho, por em todos os momentos da minha vida, sempre terem sido pais.

A minha noiva Laura Casagrande, pelo amor e reciprocidade.

A minha orientadora, Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo, pela incansável dedicação, paciência e direcionamento na trajetória deste aprofundamento acadêmico.

Ao colega de mestrado, Rafael Eisinger, pela grande contribuição na captura das imagens do corpus da dissertação.

A Michel e Sébastien Bras, pela inspiração, pela oportunidade de trabalhar em conjunto e por serem mentores no campo da gastronomia.

Muito Obrigado!

La Nature est là,
qui t'invite et qui t'aime

Laguirole 09/09/2011

(Sébastien Bras)

RESUMO

O tema da nossa pesquisa está na interface entre comunicação e gastronomia e tem a produção do chef Michel Bras como foco, sendo guiada pela pergunta: Como se dá a comunicação da sensorialidade com a culinária do chef Michel Bras? Assim, compreender processos de comunicação da sensorialidade na gastronomia constitui o objetivo geral da pesquisa, enquanto identificar a relação entre gastronomia e as mídias; explicitar a concepção de gastronomia inerente à produção do chef Michel Bras e descrever e avaliar aspectos que propiciam o desenvolvimento dos sentidos no intérprete são os objetivos específicos. Para alcançar tais objetivos serão utilizados as seguintes estratégias metodológicas: documentação indireta (pesquisa bibliográfica) e análise semiótica de cinco imagens (representações visuais), na perspectiva da semiótica peirciana, que constam no livro Bras: Laguiole Aubrac, de 2002, agrupadas em cinco categorias: Entrada, Sopa, Peixe, Carne e Sobremesa; análise temática de quatro vídeos disponibilizados no Youtube e do documentário Step up to the Plate. Entre os autores que compõem a fundamentação teórica destacamos Franco, Flandrin e Montanari e Carneiro para tratar da gastronomia; Debord, Lipovetsky e Serroy, Sodré e Maffesoli, entre outros, para refletir sobre a midiaticização da gastronomia e Santaella, para análise semiótica das imagens, acrescentando-se Aumont e Marie, para análise temática dos vídeos e do documentário. Avaliar o potencial de imagens, que constam do corpus anunciado, na ressignificação da gastronomia constitui a importância desta pesquisa vinculada à Linha de Pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos

Palavras-chave: Comunicação. Gastronomia. Mídia. Sensorialidade. Chef Michel Bras.

ABSTRACT

The theme of our research is in the interface between communication and gastronomy and has the production of chef Michel Bras as a focus. It is guided by the question: How it's made the communication of sensoriality by culinary of the chef Michel Bras? To understand the processes of communication of sensoriality in gastronomy constitutes the main objective of this research and to identify the relationship between gastronomy and the medias; to explicit the conception of gastronomy inherent to its production and describe and to evaluate aspects which enrich the development of senses in the interpreter are the specific objectives. To reach these objectives will be used the following methodological strategies: indirect documentation (bibliographical research) and semiotics analysis of five images (visual representations) under the Peirce semiotics perspective, which are found in the book Bras: Laguiole, Aubrac, France 2002, that are part of five categories: Starters, Soups, Fish, Meat and Dessert; thematic analysis of four videos available in YouTube and the documentary Step up to the Plate. Between the authors which compose the theoretical framework, we enhance Franco, Flandrin and Montanari and Carneiro to compose the gastronomy subject; Debord, Lipovetsky and Serroy, Sodr  and Maffesoli, and others to reflect about gastronomy medialization and Santaella, for the semiotics analysis of the imagens, adding Aumont and Marie for the video analysis and the documentary one. Evaluate the potential of these images, that are part of our corpus announced, in the resignification of gastronomy constitutes the importance of this research that bound to research line Analysis of Processes and Products of the Media.

Keywords: Communication. Gastronomy. Media. Sensoriality. Chef Michel Bras.

Lista de Ilustrações

Figura 1- <i>Un gargouillou autor d'un automne: feuilles, racines, champignons et fruit</i>	44
Figura 2- Detalhes do <i>Gargouillou</i>	45
Figura 3- <i>Laguiole</i>	47
Figura 4- As casas de <i>Laguiole</i>	47
Figura 5- Gado de <i>Aubrac</i>	48
Figura 6- O campo em <i>Laguiole</i>	49
Figura 7- O touro em <i>Laguiole</i>	50
Figura 8- <i>Forge Laguiole, Atelier Boutique</i>	51
Figura 9- Uma relação triádica: signo/objeto/interpretante	52
Figura 10- Diagrama para as etapas do instrumento descritivo	56
Figura 11- O <i>design</i> do prato em processo	60
Figura 12- O processo criativo no encontro com a culinária japonesa	61
Figura 13- O teste	62
Figura 14- De pai para o filho... para o neto	63
Figura 15- O <i>Gargouillou</i>	64
Figura 16- No preparo do <i>Gargouillou</i>	65
Figura 17- <i>Gargouillou</i>	66
Figura 18- Arranjo dos <i>niac's</i>	67
Figura 19- Le <i>Gargouillou</i> : legumes	68
Figura 20- Legumes/Michel Bras	69
Figura 21- <i>Mise-en-place Gargouillou</i>	70
Figura 22- A cozinha em cena	71
Figura 23- A bancada com legumes	72
Figura 24- Empratados	73
Figura 25- Menu disposto	74
Figura 26- As montanhas e paisagens nas cercânias do restaurante Bras	75
Figura 27- <i>La Purree de potimaron, champignons fricoide glaciale</i>	76
Figura 28- <i>La Purree de potimaron, champignons fricoide glaciale</i> sendo consumido com colher	76
Figura 29- <i>Coques-mouillettes</i>	79

Figura 30- A disposição dos componentes do <i>Coques-mouillettes</i>	81
Figura 31- <i>Le Coulis d'asperges du Languedoc à couler sur une mousse de lait</i>	83
Figura 32- <i>Le Coulis d'asperges du Languedoc à couler sur une mousse de lait</i>	85
Figura 33- <i>L'ombre et la lumière</i>	87
Figura 34- <i>La Côte de Boeuf fermier</i>	89
Figura 35- <i>Le biscuit de chocolat coulant; crème double glacée et café léger</i>	93
Figura 36- Outros detalhes da sobremesa	95

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Sobre a pesquisa... os primeiros passos	12
1.2 Os objetivos e as estratégias metodológicas que se delineiam	14
1.3 Dos resultados da pesquisa.....	18
 2 A ALIMENTAÇÃO: ASPECTOS HISTÓRICOS E SOCIAIS.....	20
2.1 A alimentação dos períodos paleolítico, neolítico, da era dos metais e da antiguidade	20
2.2 A alimentação do feudalismo ao mercantilismo	23
2.3 A alimentação da Renascença aos século XIX.....	26
2.4 A culinária e novos alimentos que vêm com a colonização	30
2.5 A gastronomia na contemporaneidade	32
 3 MÍDIA E GASTRONOMIA ENQUANTO LINGUAGEM.....	37
3.1 A midiaticização e as imagens.....	37
3. 2 Gastronomia enquanto linguagem	42
 4 A COMUNICAÇÃO DA SENSORIALIDADE COM A CULINÁRIA DO CHEF.....	58
4.1 O que vem sobre o chef Michel Bras no documentário <i>Step up to the Plate</i>	59
4. 2 O que vem sobre a culinária do chef Bras com os vídeos disponibilizados no <i>Youtube</i>	66
4.3 O que vem com a análise de imagens do livro <i>Bras: Laguiole Aubrac</i>	77
4.3.1 Análise de <i>Amouse Bouche, Coque-mouillettes</i>	78
4.3.2 Análise de <i>Le Coulis d’asperges du Languedoc à couler sur une mousse de lait</i>	83
4.3.3 Análise de <i>L’ombre et la lumière</i>	86
4.3.4 Análise de <i>La Côte de Boeuf fermier</i>	89
4.3.5 Análise da sobremesa <i>Le biscuit de chocolat coulant: crème double glacée et café léger</i>	92
 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	98
 REFERÊNCIAS.....	101
 Sites Consultados	103

1 INTRODUÇÃO

1.1 Sobre a pesquisa... os primeiros passos

As linguagens são formas sociais de comunicação e há um movimento que a comunicação constrói que, em certa medida, implica em significação ou ressignificação das linguagens, entre elas a da gastronomia. A linguagem verbal, a matemática, a arte, a linguagem do computador, a música também são exemplos de linguagens. Assim, a comida e seus rituais, conforme Drigo e Perez (2012), podem ser estudados sob a perspectiva da comunicação e apresentam-se como objetos empíricos de estudo para a comunicação, portanto, guias de fornecimento de produtos, guias de restaurantes, livros de receitas, discursos sobre dietas e regimes alimentares, programas de TV dedicados à alimentação, blogs e vídeos que tratam de alimentação, utensílios de cozinha, bem como os locais onde os rituais alimentares, tanto de preparação da comida como de consumo, são realizados.

A gastronomia, nos moldes atuais, considerando-se a profusão de todos os seus aspectos pelas mídias, entre eles os pratos, também pode aguçar a visão, o tato, o olfato, ou seja, aguçam a sensorialidade, de modo geral. Tal palavra é derivada de sensorial e traduz a qualidade ou característica do sensorial, relativo às sensações, ao sensível, como dotado de sentidos.

Os estudos sobre gastronomia sempre envolvem os modos de concepção e produção de um ou outro chef, vinculados à cultura de uma região. No entanto, vale enfatizar que a difusão cultural, no sentido proposto por Ortiz (1994), no que se refere à culinária, pode provocar choque ou assimilação. No entanto, nestes movimentos os chefs podem alcançar notoriedade mundial.

Entre os chefs renomados, Michel Bras despertou nossa admiração. Realizamos uma passagem profissional, em 2011, no restaurante BRAS, em Laguiole, com o propósito de compreender a culinária do chef em questão. Nesse período, passamos por todas as praças, partes demarcadas de um restaurante estabelecidas para organizar a produtividade e otimizar a funcionalidade. Iniciamos com a parte dos legumes, depois a das carnes (*chaude*), da entrada e pratos frios (*garde-manger*) e, por fim, a confeitaria (*pâtisserie*). Também realizamos outras tarefas relacionadas, como frequentar os mercados de Rodez e Laguiole e ir ao campo coletar cogumelos entre outras.

O Chef Michel Bras é conceituado no universo da gastronomia francesa e mundial. Ele é referência de um movimento gastronômico voltado para o frescor dos alimentos, o respeito pelo *terroir*, o useja, pelas características naturais, geográficas que se pode obter de determinada região. Em seus pratos, flores, folhas e ervas estão presentes na composição e, em certa medida, constituem os elementos principais. Foi possível, ao longo do tempo em que fizemos parte da equipe do restaurante, vivenciar muitos dos aspectos da gastronomia de Michel Bras. Certamente, essa experiência reflete a escolha do tema da pesquisa e também das análises que empreendemos do *corpus* selecionado.

Os estudos realizados nas disciplinas do mestrado, principalmente os que envolviam as mídias no contexto contemporâneo e a semiótica peirciana, despertaram nosso interesse em tratar da gastronomia na interseção com a comunicação. Mas, qual problema se apresenta? Vejamos o que destacamos como nosso problema de pesquisa.

Há imagens disponibilizadas nas mídias sobre comida, sobre o modo de preparação de pratos, locais de preparação, bem como do seu consumo, programas de TV que exibem modos de preparação de pratos diversos e que mostram objetos de cozinha, existe também a publicidade de comida e outros meios de divulgação, por imagens, que constrói um universo de cores, formas, texturas e “sabores” que provocam nossos sentidos.

Inquieta-nos, de um lado, a questão de que nem todas as pessoas podem provar tais pratos; de outro, as mídias permitem o acesso a tais pratos, por meio de livros de receitas, vídeos divulgados na internet, programas de TV sobre culinária e outras modalidades de divulgação.

Sobre o chef Michel Bras encontramos quatro vídeos na internet, também documentários e livros de receitas. Assim, constrói-se uma ambiência com a culinária deste chefe, que vai além do restaurante Bras, em Laguiole, alcançando pessoas que não podem saborear os pratos lá preparados, mas que de algum modo, podem ter os sentidos aguçados - não a visão somente – pela presença destas imagens. Há, portanto, um processo de comunicação e difusão da sensorialidade atrelada à gastronomia que pode ser investigado sob a perspectiva da comunicação, no qual se insere o problema da pesquisa que pretendemos desenvolver.

A gastronomia - termo com raízes no grego antigo e vinculado às palavras estômago e lei ou conhecimento - abrange a culinária, bebidas, ingredientes (especiarias, temperos, farinhas, queijos, etc.), materiais usados na alimentação, utensílios que são demandados na elaboração dos alimentos e, em geral, todos os aspectos culturais. A culinária trata do preparo

de alimentos, enquanto a nutrição e a dietética examinam a alimentação no ponto de vista da saúde e medicina.

Considerando que o nosso objeto de pesquisa é a comunicação da sensorialidade, com um tema que está na interface entre comunicação e gastronomia, selecionamos como recorte a produção do chef Michel Bras, com a pergunta norteadora: Como se dá a comunicação da sensorialidade com a culinária do chef Michel Bras? A pertinência do tema e do recorte, bem como da pergunta anunciada, pode ser reforçada a partir de um breve estado da questão que apresentamos a seguir.

1.2 Os objetivos e as estratégias metodológicas que se delineiam

Conforme Santaella (2010), o estado da questão é importante, pois são raros os problemas e, portanto, as perguntas, que não foram, sob algum aspecto já levantados. Enfatiza a autora que a revisão deve ser um percurso crítico guiado pela pergunta proposta. Sob este olhar, selecionamos artigos, dissertações e teses recentes que envolvem gastronomia e mídia.

Tucherman (2010), em artigo sob o título Gastronomia, Cultura e Mídia: o longo percurso ‘Você é o que você come’, toma a gastronomia como tema pelo fato de que esta nos coloca diante de um embate: o uso de prazeres e a salvação de si. Os estudos desenvolvidos no artigo aproximam-se do recorte da nossa pesquisa, pelo fato de que a autora chama a atenção pelo destaque que os *chefs de cuisine* alcançam no cenário contemporâneo, no qual a saúde está no lugar da salvação. Nas palavras de Tucherman (2010, p. 315):

Investindo um primeiro olhar sobre o nosso presente encontramos nas nossas formas de comunicação mais mediáticas, a saber, jornais, revistas, programas de TV aberta e a cabo, assim como no cinema e em alguns seriados, um contraste curioso que não poderia deixar de intrigar: por um lado, temos uma coleção de conselhos que dirigem uma conduta ascética, especialmente no que toca aos chamados inimigos, gorduras e açúcares. Por outro, encontramos a celebração de uma figura que, socialmente, foi alçada à máxima elite, comparável aos artistas e inventores, o *chef de cuisine*.

A gastronomia também é colocada ao lado do cinema, quando Montoro (2007), em artigo sob o título Cinema é alimento para o corpo e a alma, mostra que filmes da cinematografia mundial transportam os espectadores à cozinha, à mesa de jantar, ao cotidiano e ao íntimo de povos das mais variadas culturas. Explica que o cinema, enquanto local de

exibição de filmes, também elegeu alimentos, a bebida e a pipoca, como mote principal de dramas, comédias e documentários que marcaram época e refinaram nosso paladar. Neste sentido, deste artigo vem que o cinema é uma mídia que contribui para a difusão da gastronomia.

Em sua dissertação de mestrado, *Comer com os Olhos*, Jacob (2006), explica que a gastronomia é um negócio em evolução na hoje ascendente indústria do lazer e entretenimento e, neste contexto, jornais e revistas colocam no mercado editorial títulos contemplando o assunto. Nesta pesquisa, a autora trata da alimentação como uma importante manifestação da cultura, apresenta os tipos de veículos brasileiros relacionados à alimentação; faz análise do corpus proposto, a revista *Claudia Cozinha*, bem como faz comparações com as revistas *Gula*, *Prazeres da Mesa* e *Menu*.

Ciente de que a produção de fotografia gastronômica vale-se de recursos que intensificam os aspectos qualitativos dos pratos ou da comida fotografada, aguçando assim a vontade de comer ou de beber, Chiachiri Filho (2008), em tese intitulada *O sabor das imagens*, fundamentando-se na semiótica peirciana e aplicando estratégias metodológicas de análise elaborada por Santaella, bem como apoiando-se em estudos do fenômeno da sinestesia, busca contribuir para a compreensão de aspectos da comunicação fotográfica, explicitando como age esse tipo de signo, enfatizando que entre os seus efeitos está o de provocar prazeres gustativos.

Na nossa pesquisa também utilizamos a semiótica peirciana e aplicamos as estratégias de análise dela derivada, na análise de representações visuais, fotografias gastronômicas relativas à culinária do chef Bras, com o propósito de compreender como elas aguçam a sensorialidade.

Chiachiri Filho (2008, p.15) também menciona uma pesquisa que tem como tema a culinária do chef Bras. Nas suas palavras:

Podemos, também, citar alguns trabalhos que caminham pelo viés do discurso narrativo, que é o caso, por exemplo, do trabalho do Prof. Jacques Fontanille da Université de Limoges – França – intitulado: *À déguster des yeux. Notes sémiotiques sur la 'mise en assiette'. À propos de la cuisine de Michel Bras*. Em seu trabalho, por meio de fotografias dos pratos, procura nos mostrar, no entrelaçamento de cores, formas e materialidade dos elementos, a elaboração cuidadosa do *chef* francês Michel Bras na produção de um encaminhamento narrativo concernente à composição de cada prato de seu cardápio. Como se pode perceber, professor Fontanille segue a linha da semiótica discursiva.

A culinária do chef Bras compõe a pergunta norteadora da nossa pesquisa, no entanto, ela difere do trabalho mencionado, pois vamos realizar análise semiótica de pratos, via fotografias, mas aplicando estratégias de análise oriundas da semiótica peirciana.

Também a dissertação de Bueno (2009), *Revista Gula: a formação do gosto na construção discursiva*, está na interseção gastronomia e comunicação. Com o propósito compreender a construção de discursos sobre alimentação, bem como o modo como esse contribui para a formação do gosto, a autora elege capas da revista Gula, desde a primeira edição até 2008, como *corpus*, que foram analisadas à luz da semiótica discursiva.

Outros títulos virão para compor este estado da questão, no entanto, pelo teor dos apresentados, podemos considerar que o tema e o recorte realizados são pertinentes à área da comunicação.

Esta pesquisa, considerando-se a nossa experiência profissional, vem ao encontro das nossas expectativas, pois contribui para a construção de um novo olhar para a gastronomia, para a arquitetura dos pratos, uma vez que esses agora são consumidos de formas diversas. As mídias, no contexto de uma cultura que se mundializa, contribuem para a construção de novos modos de envolvimento com a gastronomia e da imagem de um chef de cozinha também. Assim, a gastronomia, enquanto linguagem, não pode ser compreendida desvinculada dos processos de propagação e difusão de sentidos que ela empreende ao tratar da gastronomia em seus diversos aspectos. Há também contribuição para a área tanto pelo fato de incorporar à ressignificação da gastronomia o potencial de sentidos das imagens que as mídias propagam como por considerar a comunicação atrelada ao sensorial.

O objetivo geral da pesquisa é compreender processos de comunicação da sensorialidade na gastronomia constitui o objetivo geral da pesquisa, enquanto os específicos são os seguintes: identificar a relação entre gastronomia e as mídias; explicitar a concepção de gastronomia inerente à produção do chef Michel Bras e descrever e avaliar aspectos que propiciam o desenvolvimento dos sentidos no intérprete.

Compõem o *corpus* da pesquisa, portanto, os seguintes itens: cinco reproduções fotográficas de pratos preparados pelo Chef Michel Bras: *Coque-mouillettes*; *Le coulis d'asperges du Languedoc à couler sur une mousse de lait*; *L'ombre et lumière*; *La côte de boeuf fermier* e *Le biscuit de chocolat coulant crème double glacée et café léger*; quatro vídeos disponibilizados no Youtube: *Gargouillou*; *Paul Lacoste*, *L' invention de la Cuisine*; *Michel Bras at the apartment*; *Bras 99 sur 100*, e um documentário intitulado *Step up to the plate*.

Os passos do protocolo de pesquisa são os seguintes: 1. Seleção de imagens do livro *Bras: Laguiole Aubrac*, agrupadas em categorias: Entrada, Sopa, Peixe, Carne e Sobremesa; 2. Observação do documentário *Step up to the Plate* e de quatro vídeos veiculados na internet; 3. Estudos sobre comunicação com o propósito de mostrar como um objeto de estudo da comunicação pode guardar interfaces com a gastronomia; 4. Estudos sobre aspectos históricos da gastronomia com ênfase na relação entre design e os seus produtos; 5. Estudos sobre a mídia e a cultura no contexto contemporâneo; 5. Determinação das estratégias metodológicas; 6. Aplicação das estratégias metodológicas envolvendo estudos sobre a semiótica peirciana e análise das imagens selecionadas; 7. Aplicação das estratégias metodológicas envolvendo a análise do documentário e de vídeos disponíveis na internet, conforme Aumont e Marie (2013), com o propósito de identificar especificidades da culinária do chef Michel Bras e avaliar como estas mídias podem propagar a sensorialidade vinculada à gastronomia. Segue uma breve explicação sobre os itens que compõem o *corpus*.

1. Reproduções fotográficas de pratos que constam no livro *Bras: Laguiole Aubrac*, de 2002. Selecionamos imagens que foram agrupadas em categorias: Entrada, Sopa, Peixe, Carne e Sobremesa. Será realizada análise semiótica, na perspectiva peirciana, de um prato por categoria, para avaliar o potencial de sentidos latentes nas imagens (e por sua vez nos pratos apresentados), notadamente no que se refere à possibilidade de aguçar os sentidos do usuário/intérprete, no caso, sem experimentar ou provar a comida.

2. Vídeos disponíveis no Youtube: quatro

O primeiro, denominado *Michel Bras at the Apartment*, mostra o *chef Bras* e auxiliares conversando sobre o menu de um jantar que realizar-se-á em um apartamento, em Nova York. Depois toma a cena o momento de *mise-en-place*, terminologia francesa que se refere ao pré-preparo dos pratos e a organização do ambiente em que serão servidos, antes do ato de cozinhar propriamente dito, acompanhado de música sonora, com piano e violão. Em seguida, às 18h00, são apresentados os convidados e os pratos que serão servidos.

O outro vídeo, denominado *Restaurant Bras 99 sur 100 - Laguiole, France*, inicia exibindo o campo e o local em que o restaurante está localizado; em seguida, exhibe o interior do restaurante. O foco vai para os pratos que têm as cores exaltadas, enquanto as pessoas aparecem em imagens desfocadas.

No vídeo *Gargouillou*, o chef trata do prato de mesmo nome, preparado no dia 28 de maio. A denominação do prato, seguida de data, se deve ao fato de que a sua composição varia conforme o que há de disponível, em Laguiole, no dia em que o prato foi elaborado. O chef prepara o prato atentando para o frescor dos alimentos e selecionando o que ela oferece

no dia em que o prepara. Assim, a composição do prato pode variar de um dia para outro e mesmo entre um serviço e outro (almoço e jantar).

Invention de la Cuisine, o quarto vídeo selecionado, mostra ervas e legumes utilizados pela Maison Bras e enfatiza-se a variação desses dentro de uma mesma classificação geral, como é o caso da *choux a moelle*, *choux rave*, *choux fleur*, *choux de fbruxelles* etc. cada um com suas especificidades de textura, cor, sabor, aroma.

3. Documentário

O documentário produzido com a colaboração do cineasta Paul Lacoste aborda o processo criativo dos Chefs Michel e Sébastien Bras ao longo, no período da passagem da Maison Bras de Michel para seu filho. O foco altera entre as reflexões culinárias de pai e filho e as preparações gastronômicas que irão compor possíveis menus futuros.

Para alcançar os objetivos, utilizamos as seguintes estratégias metodológicas: documentação indireta - pesquisa bibliográfica; análise semiótica de imagem (representação visual), na perspectiva da semiótica peirciana; análise de quatro vídeos disponibilizados no *Youtube* e do documentário *Step up to the Plate*, seguindo além das estratégias semióticas, as advindas de análise do filme, dadas por Aumont e Marie (2013).

A fundamentação teórica vem na distribuição dos resultados da pesquisa, pelos capítulos, como segue.

1.3 Dos resultados da pesquisa

Seguindo a Introdução, apresentamos os resultados da pesquisa distribuídos em três capítulos. O primeiro, A alimentação: aspectos históricos e sociais, como indica o título, apresenta reflexões sobre a alimentação, contemplando aspectos históricos e sociais, o que permite constatar o quanto o conceito de gastronomia transformou-se no período contemplado. Tal caráter de evolução mostra o quanto a gastronomia vai se resignificando e como vai se constituindo como linguagem. Flandrin e Montanari, Franco e Leal são autores que fundamentam as reflexões mencionadas.

No capítulo dois, Mídia e a gastronomia enquanto linguagem, inserimos a gastronomia no contexto da comunicação, tratando da midiatização, do movimento de imagens e, em especial, das vinculadas à gastronomia. Para fundamentar as reflexões sobre midiatização e a presença das imagem na contemporaneidade, buscamos Sodré, Maffesoli, Debord e outros. Apresentamos também fragmentos da gramática especulativa, uma das divisões da semiótica

ou lógica, a ciência geral dos signos, proposta por Charles Sanders Peirce. Dela derivaram-se as estratégias de análise de representações visuais e que, no contexto dessa pesquisa, tomamos as elaboradas por Santaella (2002). Comentamos também sobre instrumentos de análise de filme, na perspectiva de Aumont e Marie, isto porque, como mencionamos em item anterior da Introdução, além das cinco representações visuais – fotografias gastronômicas -, um documentário e quatro vídeos compõem o *corpus* da pesquisa.

No capítulo três, voltamos a nossa atenção para o *corpus* selecionado. Assim, sob o título A comunicação da sensorialidade com a culinária do chef Bras, relatamos a análise temática do documentário e dos vídeos e a análise semiótica, na perspectiva peirciana, de cinco representações visuais, imagens de pratos selecionados.

Por fim, nas considerações finais, avaliamos nosso percurso nessa pesquisa e explicitamos as contribuições tanto para a nossa futura vida acadêmica quanto profissional.

Esta pesquisa, por tratar da midiatização da gastronomia, bem como realizar análise de produtos midiáticos vinculados à culinária do chef Bras, sendo a culinária um componente da gastronomia, como uma modalidade de linguagem, insere-se na linha de pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos.

2 A ALIMENTAÇÃO: ASPECTOS HISTÓRICOS E SOCIAIS

A partir de Flandrin e Montanari (2007) e Franco (2006), entre outros, neste capítulo intitulado A alimentação: aspectos históricos e sociais, apresentamos fragmentos da histórica da alimentação, sob as perspectivas histórica e social, com o propósito de fornecer subsídios para adentrar os modos de operar sócio da alimentação, ou seja, para embasar a construção de um olhar unido da semiótica peirciana, para o alimento, a alimentação, a comida, a culinária. Assim, o objetivo deste capítulo é também fundamentar reflexões sobre a culinária enquanto linguagem. Iniciamos com aspectos gerais sobre a alimentação dos períodos paleolítico, neolítico e da era dos metais à antiguidade; tratamos da transição da Europa feudal para a Europa mercantilista por meio da alimentação; da Idade Média; Renascença e dos séculos XVII a XIX e, por fim, apresentamos características da cozinha das Américas

2.1 A alimentação dos períodos paleolítico, neolítico, da era dos metais e da antiguidade

Segundo Flandrin e Montanari (2007), o homem, desde seus primórdios, necessitou nutrir-se de algo, uma vez que a ingestão de alimentos é fundamental para repor as energias, ou possibilitar o bom funcionamento do organismo humano. Somos seres heterótrofos, ou seja, não produzimos nosso próprio alimento. Assim, o homem, nos primórdios precisou locomover-se em busca de alimento, o que o tornou mais ágil também ao desenvolver os sentidos: audição, olfato e visão, incluindo a noção espacial. Conforme os mesmos autores, o homem buscava abrigo em cavernas tanto para se proteger de fatores climáticos como para se esconder de predadores e foi durante o período paleolítico que ele passou a desbravar ou a adaptar-se à natureza e também a dominar o fogo, o que permitiu a ingestão de alimento cozido. O alimento cozido propiciava uma melhor digestão e permitia distinguir novos sabores, uma vez que as qualidades organolépticas mudam, as proteínas desnaturam e as moléculas aromáticas se desprendem durante o cozimento. A utilização do fogo contribuiu também para um menor desgaste da arcada dentária, pois os alimentos cozidos são mais facilmente consumidos.

Há 500 mil anos, o homem teria dominado o fogo, diferenciando-se de forma definitiva de seus ancestrais hominídeos, que ainda viviam num estado de animalidade. Os historiadores da pré-história parecem admitir que, de início, o fogo foi utilizado para cozer os alimentos e só bem mais tarde foi empregado para outros fins. (FLANDRIN; MONTANARI, 2007, p. 30).

Acredita-se, segundo os mesmos autores, que o homem, nesse período, tinha uma dieta extremamente variada, composta de frutos silvestres, grãos, raízes e tubérculos além de plantas e carnes variadas, apesar de que se deslocavam em busca de alimentos, conforme as estações climáticas.

No neolítico, conforme Flandrin e Montanari (2007), o homem se sedentariza, passa a domesticar as primeiras plantas e animais. A dieta alimentar do homem deste período diminui em variedade, o que dá margem a deficiências alimentares e nutricionais causando a proliferação de doenças. Mas, propiciou também o aumento da massa corpórea devido à diminuição de atividades físicas e à produção domesticada. Os primeiros grupamentos estabeleceram-se próximos aos rios e deram origem a uma sociedade fragmentada, constituída por pessoas com ocupações diferentes. Tais conglomerados permitiram o desenvolvimento dos primeiros aspectos religiosos e foi nesse período que os hominídeos começaram a enterrar seus semelhantes.

Na era dos metais, para Flandrin e Montanari (2007), houve um grande avanço, notadamente em relação a criação de utensílios para a preparação de alimentos. Se antes o homem tinha a pedra lascada, moldada para determinados usos, agora ele começa a forjar metais, em específico o cobre, metal altamente maleável porém de pouca dureza se comparado às ligas atuais de alumínio e ferro, mas com certeza de melhor qualidade do que gravetos e pedras. Posteriormente surgem o estanho e a junção dos dois, o bronze.

Conforme os mesmos autores, vale ressaltar que a pré-história é o período que abarca desde o surgimento do primeiro homem até o da escrita, por volta de 4.000 a. C., e que o período neolítico vai de 10.000 a.C. até 4.000 a.C., sendo que nesses períodos houve adaptação de plantas e animais. O homem pode ter contribuído com a seleção de sementes, escolhendo as que propiciavam um maior rendimento, ou que eram melhor digeridas, ou ainda, as de melhor gosto. A planta tem no fruto a semente da vida, a continuação de sua espécie, logo, o fruto deveria ser atrativo aos humanos, aos pássaros, macacos, morcegos, insetos e outros animais, que espalhavam as sementes em outros locais garantindo a biodiversidade.

Sabemos da preferência, em geral, por alimentos mais adocicados, o que pode ser associado ao fato do primeiro contato alimentar, fora do útero materno, ser o colostro e o leite materno, doce e rico em nutrientes fundamentais aos primeiros estágios da vida. Esses carboidratos complexos são fundamentais à vida. Faz sentido então uma fruta que ainda não está totalmente desenvolvida para consumo ainda não apresentar doçura como outra que está madura, o amargo serve até mesmo como alerta a possíveis alimentos venenosos, ou não digeríveis. Apesar desta seleção, futuramente o ser humano viria a cultivar e ter maior preferência por alimentos amargos, como o café e o chocolate.

Vale destacar o aspecto social, a valorização do convívio de pessoas vinculados à alimentação, isto quando as refeições coletivas e os banquetes predominavam.

A partir do início do terceiro milênio na Suméria ou, no mais tardar, no segundo milênio em outras regiões da Mesopotâmia e da Síria, inúmeros textos comprovam a existência de banquetes com ritos precisos. Embora eles descrevam principalmente os banquetes dos deuses ou dos príncipes, referem-se também às festas das pessoas comuns. Comer e beber juntos já servia para fortalecer a amizade entre os iguais, para reforçar as relações entre senhor e vassalos, seus tributários, seus servidores e até, os servidores de seus servidores. Da mesma forma, em um nível social mais baixo, os mercadores selavam seus acordos comerciais na taberna, diante de uma “panela”. (FLANDRIN; MONTANARI, 2007, p. 33).

O banquete também fazia parte do convívio social entre os romanos. Com eles vêm as primeiras regras de etiqueta e a divisão da refeição em três etapas, caracterizadas por três tipos de alimento: aperitivo, refeição e sobremesa. Conforme Franco (2006, p. 43), “o anfitrião reclinava-se no leito central e, à sua direita, o convidado de honra, como ainda hoje é praxe em nossas mesas.” Explica ainda, o mesmo autor, que os banquetes eram compostos por três etapas: *Gustatio*, *mensae primae* e *mensae secundae*, que correspondem, respectivamente, ao aperitivo, refeição e sobremesa. Segundo Leal (1998, p.26), nas refeições dos romanos “era comum aparecer frangos, patos, gansos, galinhas d’angola e pavões; pássaros silvestres como codornas, perdizes, gralhas, avestruzes, flamingos, garças e papagaios; peixes, rãs, mexilhões, ouriços e ostras. E (...), as frutas como cereja, abricó, limão e melão.”

Os pioneiros dos atuais *chefs* de cozinha, conforme Franco (2006), foram os cozinheiros dos banquetes romanos, que se tornavam pessoas importantes, reconhecidas como artistas e recebendo altos salários. “Ter um bom cozinheiro era símbolo de ascensão social.” (FRANCO, 2006, p. 41). Entre os gregos, segundo Franco (2006), o peixe era o principal alimento, que era servido acompanhado de centeio, arroz, aveia e condimentos variados como a cebolinha, a alcaparra, sálvia, tomilho, alho-poró e coentro. Os mais abastados também

tinham à mesa carnes de boi, carneiro e porco. Outros produtos como o trigo, mel, azeite, pinhões, tâmaras, amêndoas e sementes de papoula também compunham as refeições dos gregos, que tinham leite, vinho e misturas à base de mel como bebidas. Também as caçarolas de bronze, ou de metais preciosos, sempre decorados, adornavam a cozinha dos gregos.

Franco (2006) comenta que os gregos e os romanos elevaram a arte da mesa a um alto nível. Diz a tradição, segundo o mesmo autor, que o fundador de Atenas e também o responsável por introduzir a agricultura entre os gregos, Cécrops, levou a oliveira e a arte de fazer azeite também para o Egito. Na Grécia clássica, destacou-se entre os escritores que se dedicavam à gastronomia, Arkhestratus, contemporâneo de Aristóteles (384 – 322 a.C.) e nascido na Sicília. Ele escreveu a obra denominada *Helypatheia*, ou tratado de prazeres, também denominada *Gastronomia*. Tal termo pode ser traduzido por estudo ou observância das leis do estômago. Nela, o autor, poeta e viajante, relata suas experiências e descobertas vinculadas à culinária. No século IV a.C., em Atenas, já havia diversos livros dedicados à gastronomia, mas foi graças à compilação destas obras, realizada por Athenaeus – para quem Arkhestratus era o pai da gastronomia grega - que ela teve continuidade.

Nos períodos que seguem, veremos que o alimento continua traçando novos caminhos para o homem e construindo novos modos de relacionamento.

2.2 A alimentação do feudalismo ao mercantilismo

A sociedade feudal, segundo Flandrin e Montanari (2007), era estagnada e sem mobilidade social. A classe baixa, os plebeus, que buscava segurança e possibilidade de produção agrária nas terras do senhor feudal era responsável pela produção alimentar e praticamente mantinha a estrutura desta sociedade. O plebeu não possuía meios de enriquecimento, pois não havia produção excedente e a prática do comércio não era comum, pois a igreja católica a repugnava.

Explicam os mesmos autores que o rei detinha um papel simbólico e de titulação, ou seja, não era propriamente um poder executivo, capaz de intervir nos feudos. Isto permitia que cada feudo criasse suas próprias medidas, seus próprios pesos e valores de moeda, o que dificultava a comercialização. A Europa, nesse período, passou por diversas pestes, incluindo a peste negra. A água era de má qualidade, pois os dejetos humanos e de animais eram comumente descartados nas vias públicas ou em fontes aquíferas contaminando todo o meio. Era de exclusiva propriedade do senhor feudal a carne de caça, sendo então uma fonte

alimentar exclusiva da nobreza e do alto clero. A punição era severa para os que a desrespeitassem. Assim, a diferença entre a alimentação do plebeu e do nobre estava na presença da carne de caça.

Com as Cruzadas, conforme Flandrin e Montanari (2007), vieram novos ingredientes para compor a alimentação. A pimenta-do-reino, o café, o açúcar e o álcool destilado, vindos do Oriente, foram agregados à alimentação na Europa, alguns mais por um suposto valor medicinal. O uso de especiarias na alimentação trouxe novos meios de subsistência aos plebeus, que passaram a cuidar do transporte destas. A riqueza que veio com elas acelerou novos ofícios e vendas relacionados a sapatos, roupas e artigos em couro. No entanto, o lucro, abominado pela instituição religiosa católica e que não despertava o interesse dos senhores feudais, permitiu a ascensão financeira dos plebeus que migravam para os burgos em busca de local para o comércio. As classes superiores, então, passam a dificultar a proliferação desta nova classe – a burguesia – criando altos impostos. Isto demandou, de um lado, por parte dos burgueses, a união em torno de um monarca, para padronizar pesos, medidas, moeda e assim expandir o comércio. De outro, o monarca, subsidiado pelos burgueses, formaram exércitos pagos para conquistar novos feudos e subjugar-los ao seu regime.

A cozinha durante a idade média, segundo Flandrin e Montanari (2007), sem grandes excedentes produtivos, sofria pela falta de estoque de alimento agregada a péssimas condições de saúde, trabalho e moradia da população. O pão, por exemplo, precisava ser armazenado em lugares secos e os fornos em que eram assados pertenciam aos senhores feudais, que cobravam taxas por sua utilização. Os cereais desidratados eram armazenados e depois utilizados na preparação de sopas e cozidos.

Se antes, entre os romanos os banquetes eram significativos para mostrar como se dava a alimentação, na idade média, são os mosteiros e os monges que conduzem as transformações envolvendo a alimentação. Os mosteiros surgiram a partir do século IV no Oriente e expandiram-se para a Ásia Menor, Grécia e Itália e entre o século V e XI, as ordens religiosas foram as principais guardiãs da sobrevivência dos hábitos alimentares da Antiguidade.

Os monges, segundo Leal (1998), certamente com o conhecimento herdado dos romanos, cultivaram uva, maçã e malte para o vinho, a cidra e a cerveja, respectivamente. Eram dedicados à jardinagem, exploraram minas de sal, praticaram a pecuária, curtiram o couro e aprimoraram a conservação de alimentos. Eles também se ocupavam da fabricação do pão. O peixe também foi um alimento muito consumido, pois além de barato era incluído na dieta dos cristãos, que se abstinham da carne em diversas datas comemorativas. Eles

difundiram os elementos básicos da alimentação dos romanos: pão, azeite, leguminosas e vinho entre os seguidores da Regra de São Bento, que apresentavam-se como um código de conduta para os homens que viviam nas comunidades

Os monges abriam florestas, tornavam áreas não cultivadas em produtivas e desenvolveram conhecimentos sobre a fabricação de laticínios e trabalhavam no refinamento de queijos rústicos tradicionais. Também cuidavam do armazenamento de alimentos para as populações e ofereciam teto e comida aos viajantes e peregrinos. Essa hospitalidade, aspecto da regra de grande relevância dos beneditinos, reforça o papel dos mosteiros como “fonte de transmissão de tradição culinária” (FRANCO, 2006, p. 63).

Conforme Leal (1998), nesta época, reinavam as especiarias: como pimenta do reino, noz moscada, gengibre, canela, cravo, sementes de girassol, cominho, hortelã, cebolinha, anis e açafrão, que como mencionamos, no início, vinham com as Cruzadas. Nas festas, vitelas, cabritos, veados e javalis eram servidos com aves como cisnes, gansos, pavões, perdizes e galos. Antes das refeições, normalmente, eram servidas frutas frescas, como peras e maçãs, e entre os pratos, salgadinhos e doces entre um prato e outro. O autor menciona também, a redescoberta dos guisados, no século XIII, que caíram no esquecimento com o advento das lareiras na idade média, que retornaram com o consumo de molhos. Do Oriente veio também as técnicas de conserva com vinagre de pepinos, pimentões, cebolas e aspargos.

Novas mudanças de hábitos alimentares vêm com as grandes navegações. “Logo no início da Idade Moderna, nos séculos XV e XVI, portugueses e espanhóis se lançaram em grandes aventuras marítimas, com grandes consequências para o mundo, inclusive para a gastronomia.” (FRANCO, 2006, p. 36).

E enquanto os europeus se aventuravam pelos mares do mundo e a Europa assistia ao renascer das letras e das artes italianas que se espalhavam pelo continente, a cozinha europeia se tornava mais elegante e simples, opondo-se à ostentação dos banquetes da Idade Média. Os hábitos do cotidiano e a aparência das pessoas refletiam uma sociedade mais refinada. As boas maneiras eram observadas na atitude elegante à mesa, no hábito de lavar as mãos antes de comer, e de usar o garfo e o guardanapo. (FRANCO, 2004, p. 40).

No entanto, a cozinha francesa também influenciada pela italiana. Nas palavras de Franco (2006, p. 41):

No século XVI, a cozinha francesa sofreu uma grande influência dos italianos, principalmente depois que Henrique II da França se casou com a nobre Catarina de Medici, da Itália. Ela trouxe uma comitiva de grandes pasteleiros para a França e

também chefs de cozinha italianos, considerados os melhores do mundo, e que ensinaram aos franceses muitas das receitas que hoje fazem parte de sua culinária.

Conforme o mesmo autor, em Paris, as pessoas começaram a sair cada vez mais para jantar nos cabarés, os quais se tornaram lugar de encontro de artistas e escritores. Na Europa, “os hotéis e as tabernas com uma *table d’hôte*, que é um menu servido em hora determinada, e pelo qual se paga um valor fixo por cabeça.” (FRANCO, 2006, p. 41).

O mesmo autor também menciona que o maior destaque da gastronomia, nesse período, entre os séculos XV e XVI, foi Taillevent. Este cozinheiro de reis, publicou o livro de cozinha *Le Viandier*, que está entre os livros mais antigos publicados. Ficou famoso também pelos molhos, engrossados com pão, e receitas de sopa com de cebola, mostarda, favas e de peixe. Ele contribuiu de forma significativa e decisiva para o requinte e a sofisticação da cozinha francesa.

Segundo Franco (2006), o primeiro restaurante com conceito comercial apareceu em meio à crise no governo do rei Luís XV, na França. Tratava-se de um pequeno estabelecimento aberto por Boulanger e que vendia sopas ou caldos restauradores. O termo restaurante veio então da ideia de sopas quentes que ele alegava restaurar as energias. Boulanger escrevia em seu anúncio na entrada do local: “Vinde a mim; vós que trabalhais, e restaurarei vosso estômago.” Nota-se então certa ligação e oportunidade de implementação de um novo conceito em alimentação comercial diante da crise francesa e do aumento populacional.

Vejamos, no percurso dos aspectos históricos e sociais da alimentação, aspectos marcantes do Renascimento ao século XIX.

2.3 A alimentação da Renascença aos século XIX

As transformações na cozinha francesa também vieram a partir do encontro com a cozinha italiana. Conforme Franco (2006, p 15), em 1533, Catarina de Médicis se casou com Henrique II, da França, união engendrada pelo papa Clemente VII, tio e tutor de Catarina, desde a morte de seu pai e de Leão X, seu tio mais velho.

Catarina de Médicis, educada na corte papal, trouxe para a França além da elegância florentina, cozinheiros italianos. Eram então, os melhores da Europa e muitas de suas receitas foram integradas ao repertório culinário francês. Em poucos anos, tornou-se moda entre as famílias nobres ter um cozinheiro italiano. Assim, a cozinha italiana influenciou marcadamente a da França renascentista.

Assim, como explica o mesmo autor, com Catarina de Médicis, a nobreza francesa descobriu os prazeres de um menu diversificado. Os franceses serviram-se com *quenelles* de peixe e de aves, parmesão ralado, *ris de veau*, alcachofras, brócolis, galinha-d'angola, trufas e carne de vitela, até então quase desconhecida ao norte dos Alpes. Para sobremesa vieram biscoitos de amêndoas, *zabaglione*, pudins de ovos, sorvetes e melões. Resta enfatizar que, segundo Franco (2016), as transformações da cozinha italiana no encontro com os árabes, que dominaram a península ibérica.

Em 1541, a publicação da obra *Bastiment de Recettes*, em Lyon, acrescentou conhecimentos na preparação de alimentos. Esta obra desconhecida até então na França, foi tradução de um livro que já circulava em Veneza e tratava da preparação de geleias, compotas e frutas cristalizadas.

Franco (2006) ressalta também o uso de talheres e outros artigos para a mesa, que foram gradualmente substituídos por itens vindos de Veneza. Talheres de prata, ouro e itens de cobre compunham a mesa da corte francesa, reforçando o poder desta. As toalhas, guardanapos e outros adornos eram confeccionados pelos artesãos de Florença. O mesmo autor menciona outros cozinheiros famosos.

Conforme Franco (2006), outro famoso chef de cozinha, do século XVII, foi La Varenne, que causou uma verdadeira revolução na culinária, desenvolvendo os primeiros molhos verdadeiramente franceses. Publicou um livro com receitas desses molhos e observações sobre técnicas culinárias, o que propiciou inovações à culinária. Entre estes está o molho bechamel, apreciado pela cozinha atual, e cujo nome foi dado em homenagem a um conhecido financista da época. Aliás, os cozinheiros daquele tempo tinham o hábito de dar os nomes dos padrões ou de personalidades aos seus pratos, em retribuição ao interesse que demonstravam pela gastronomia. Outro grande chef de cozinha foi Vatel, que esteve a serviço de um membro do governo de Luís XIV¹, ocasião em que desenvolveu preparações culinárias bastante sutis.

No reinado de Luís XIV, ainda segundo Franco (2006), emerge uma nova cozinha francesa. Luís XIV acrescentou grandeza e protocolo às mesas da corte. Suas refeições se tornaram espetáculos, dos quais o Rei Sol era o principal protagonista. Contudo, suas

¹ Luís XIV, ou o Rei Sol, nasceu em St. Germain-en-Laye, Yvelines, foi o maior dos reis absolutistas da França (1643-1715). Aos cinco anos, após a morte do pai (1643), tornou-se rei da França, que foi governada pelo primeiro-ministro, o cardeal Jules Mazarin. Foi um período tumultuado, mas o primeiro ministro se impôs contra as revoltas do Parlamento de Paris e dos nobres, com uma longa guerra civil, conhecida como La Fronde, que terminou em 1653 e garantiu a posse futura do rei. No seu reinado, foi construído o luxuoso Palácio de Versalhes, perto de Paris, onde viveu a corte francesa. Apreciava a etiqueta, festas e belas mulheres. A ele se atribui a frase "*L'État c'est moi*" (O Estado sou eu).

maneiras, se analisadas hoje, podem parecer estranhas, pois se recusava a usar garfo e comia demasiadamente para ser considerado um gourmet.

Foi durante esse período que surgiu o maître, Vatel. Ele criou o chantilly, creme de leite batido em consistência de neve, que recebeu este nome em homenagem ao príncipe de Condé, em Vaux-le-Vicomte, no castelo de Chantilly. Lá, em Chantilly, Vatel criou diversas preparações que se tornaram notórias à mesa francesa, sendo estas mais sutis que as artes de confeitaria Florence. Era uma época de grande vanguarda na culinária e graças ao momento marítimo e desenvolvimentista, diversas influências e alimentos anteriormente desconhecidos chegavam a França. O maître, de origem suíça, teve um trágico fim, pois por imprevisibilidade de uma comitiva do rei ter chegado ao castelo, a comida não bastou a todos levando-o ao suicídio por não poder dispor de alimento suficiente a todos da corte.

Segundo Franco (2006), Marc-Antoine Carême (1754- 1833), foi o Cozinheiro dos Reis, ou o Rei dos Cozinheiros. Ele começou sua carreira com o *pâtissier* Bailly, experiência que marcou profundamente seu gosto e sua vida profissional. Passou muito tempo estudando e copiando gravuras de arquitetura clássica para reproduzi-las na cozinha, com suas elaboradas *pièces montées*. Ele serviu o czar Alexandre I, Jorge IV da Inglaterra, Luís XVIII e o barão Rothschild, onde passou os últimos anos da sua vida.

A cozinha de Marc-Antoine Carême, apesar de seus aspectos complicados, representa contribuição no sentido da simplificação. Ele propõe a busca de combinações ideais de sabores, em vez de sua mera justaposição, característica da cozinha da antiguidade e da Idade Média. Divulgou o conceito de que sabores e odores não podem ser julgados isoladamente, mas, sim, por seu inter-relacionamento e fez um trabalho de codificação sem precedentes na história da grande *cuisine*.

Os *coulis*, muito consumidos no século XVIII, foram substituídos, com Carême, por três molhos básicos: “*espagnole, velouté e bechamel*. Além dos molhos à base de ovos (*mayonnaise, hollandaise e béarnaise*), a partir dos três molhos básicos, preparava dezenas de molhos compostos.” (FRANCO, 2006, p. 212). O mesmo autor também menciona a origem da palavra menu.

A palavra menu, no sentido gastronômico já era empregada na França no século XVIII. Porém, a utilização da palavra para informar os clientes de um restaurante do que lhes é proposto como refeição já estruturada, ou dar ideia aos convidados em casa do que lhes será servido, só começa a se generalizar durante a Restauração (1814-1830). O menu originou-se do *écriteau*, ordem interna de serviço com o único objetivo de informar os empregados de uma casa da sequência dos pratos e vinhos a servir.” (FRANCO, 2006, p.214).

A França durante esse período estabelece grande parte das suas bases culinárias que se solidificaram até os dias de hoje. Em contraposição à mediterrânea, à base de azeite, a culinária francesa passa a fazer uso da manteiga, nos molhos e na confeitaria, assim como nos pratos salgados. Échalotes, anchovas, manteiga, zestes de frutas e trufa negra tomam o lugar dos molhos à base de vinagre e elevada acidez, que era característica da época medieval. Eles tornam-se mais vulgares diante desses novos sabores. Com o comércio intenso, as especiarias do Oriente tornam-se mais acessíveis e assim difundem-se para as camadas mais populares. O emprego de determinados condimentos era fator distintivo em um banque, pois o fato de alguns ingredientes deixar de ser raro ou escasso contribuía para a perda do seu status gastronômico.

O vocábulo *gastronomie*, conforme Franco (2006), apareceu em francês, em 1623, como título da tradução da obra de Arkhestratus. O sentido do termo *gastronomie*, cujo uso se generalizaria, no século XVIII, evoluiu de estudo e observância das leis do estômago, significado atribuído ao termo na Antiguidade grega, para a ideia de comer e beber bem, além da arte de preparação de alimentos para deles obter o máximo de satisfação.

Kenneth (2008) relata a trajetória de Georges Auguste Escoffier, que nasceu em 1846, na França, e se tornou um dos maiores nomes da gastronomia mundial, até os dias de hoje. Escoffier foi um *restauranteur* que renovou métodos clássicos da cozinha francesa. Ele reformulou molhos, bases, caldos e pratos completos, que tinham como base a manteiga, creme de leite e outros produtos com grande teor de gordura, tornando-os mais leves e saudáveis. Ele inspirou-se em outros cozinheiros como Carême e Jules Gouffé, mas suas releituras tinham como propósito simplificar e sistematizar modos de preparo, com a redução de molhos. Escoffier iniciou sua aprendizagem aos treze anos, em restaurante da família. Posteriormente transitou por diversas casas de restauração, onde atuou sempre com a culinária. Em 1870, durante a guerra Franco-Prussiana fora convocado a participar como cozinheiro do exército, onde atuou durante uns anos. Futuramente ele viria a abrir o próprio estabelecimento, mas logo se casa e estabelece residência em Monte Carlo. Foi nesse período que Escoffier conheceu César Ritz, grande hoteleiro da época com quem estabeleceu parceria. Os dois mudam para a Inglaterra e abrem conjuntamente o Savoy, em Londres, hotel de prestígio na época. Neste percurso, vieram diversas unidades de hotéis pelo mundo, com a bandeira Ritz.

Escoffier, segundo Kenneth (2008), introduziu a prática do sistema de *menu à la carte* e foi responsável também pela organização da cozinha em praças ou ilhas, de modo que cada parte executava uma preparação. Ele criou a função de *Chef de Partie* (Chef de Praça), que

assumia controle e responsabilidade por certas produções. Ele institui a cozinha enquanto uma linha de montagem industrial, portanto, onde diversos setores coexistiam e trabalhavam na elaboração de um prato do menu, ou para apresentar uma sequência de preparações. Isto facilitou e muito a delegação de tarefas, pois sabia-se então a quem cobrar pelo preparo de certo prato e possibilitou aos chefs um controle maior e redução da sua brigada de cozinha.

2.4 A culinária e novos alimentos que vêm com a colonização

Segundo Flandrin e Montanari (2007), ao fim da Idade Média e com o advento das Cruzadas, os europeus passaram a contar com as especiarias vindas do Oriente. No período das grandes navegações, se antes, durante a Idade Medieval, a economia era de subsistência, sem grandes excedentes, agora o transporte de especiarias do Oriente para o Ocidente passa a ser relevante para os novos modos de vida então em construção, que valorizavam as especiarias, quer seja pelo seu hipotético valor medicinal, quer seja pelo prazer que agregava à alimentação.

Em busca de novas rotas comerciais para o Oriente, o navegador genovês Cristóvão Colombo, financiado pelos Reis da Espanha passa a desbravar os mares. Assim, em rota, via oceano Atlântico, para chegar às Índias “descobre” a América, que ele chamou de Novo Mundo. Os povos com os quais os espanhóis tiveram o primeiro contato e, a posteriori conquistaram, foram os Astecas, Maias e Incas. Ocorre aí um choque cultural, o europeu - espanhol primeiramente, seguidos pelos portugueses e posteriormente holandeses, ingleses e franceses - possuíam costumes, trajes, alimentação e valores diferentes do nativo americano ou ameríndio. Em razão de interesses econômicos e valendo-se de uma prerrogativa religiosa colonizam a América. Dela extraem metais preciosos e disseminam a monocultura. Tal sistema econômico, aliado às práticas de conquista, suga as colônias e culmina com o extermínio até mesmo dos seus habitantes.

Novos alimentos migram para as terras dos colonizadores e aí constroem novos significados. O cacau, fruto do cacaueiro, que é de clima tropical, foi descoberto pelos espanhóis durante sua colonização e levado para a Europa. Nas cerimônias astecas, segundo Flandrin e Montanari (2007), essa bebida desempenhava um importante papel e os grãos de cacau chegavam mesmo a se constituir em moeda de troca, pois permitiam adquirir ouro, escravos, roupas, mulheres... Os frutos dos cacaueiros (*Theobroma cacao*) contêm de 25 a 30 sementes, fornecem uma manteiga e com ela eles preparavam diversas bebidas, acrescentando

pimentão e achiote, conhecido entre nós como urucum; às vezes, milho verde, frutas e cogumelos alucinógenos. Essas diversas preparações tornavam o chocolate tanto uma bebida doce quanto um medicamento, tanto um afrodisíaco quanto um verdadeiro alimento.

Tendo assistido com Cortés, em 1519, aos banquetes do rei Moctezuma em Tenochtitlán, futura cidade do México, Diaz del Castillo descreveu a fabricação da bebida: esmagado e misturado com pimentão, o cacau era fervido e depois mexido com muito vigor com uma pá até ficar espumoso, antes de ser degustado. Os conquistadores acharam essa beberagem muito amarga e picante, “mais apropriada para ser lançada aos porcos do que para ser consumida pelos homens”, acrescentava ele. (FLANDRIN; MONTANARI, 2007, p. 614).

Atualmente, as bebidas achocolatadas recebem açúcar e assim o sabor está muito distante do experimentado pelos astecas e que causava repugnância nos colonizadores espanhóis. O chocolate passou a ter aceitação na Espanha do século XVI, como uma bebida “*preciosa y medicinal*”.

O açúcar de cana, por sua vez, conforme Flandrin e Montanari (2007), foi difundido por todo o velho mundo pelos árabes. Eles plantaram a cana-de-açúcar em terras conquistadas, como a Sicília e parte da Espanha, o que contribuiu para sua difusão por toda a Europa. No entanto, era uma mercadoria rara e de alto valor. Na Itália, o açúcar era comercializado refinado, como açúcar mascavo e até como melado de cana. Como a demanda pelo produto continuou crescendo, novas refinarias foram criadas na Sicília e na ilha de Madeira (Portugal), que se tornou o principal fornecedor da Europa.

Segundo os mesmos autores, em 1572, Ortelius² escrevia que o açúcar que era vendido antes nos boticários, como um medicamento, passou a ser devorado por gulodice, por todos. A alimentação passou a envolver molhos adocicados, muito apreciados pelos reis católicos de então. O consumo do açúcar também cresceu devido à inserção de novas bebidas, como o chá, o café e o chocolate que compunham hábitos alimentares de povos colonizados. Diante da aceitação do produto, então, o plantio expandiu-se para as colônias, principalmente nas colonizadas pelos espanhóis.

Assim, talvez não seja pertinente pensar em cozinha, culinária, alimentação, ou gastronomia desvinculadas da influência dos colonizadores na transformação dos hábitos alimentares dos colonizados e o contrário também, nem mesmo em culinária de certo país

² Conforme Mallalieu (1999), Ortelius pode ser considerado o pai da cartografia. Publicou *Theatrum Orbis Terrarum*, com 53 mapas ilustrados, o primeiro entre muitos atlas publicados no final do século XVI. Foi o primeiro a introduzir a escrita nos mapas.

européu sem levar em conta a ida e vinda das pessoas, independentemente do fato desse movimento ter um motivo econômico, religioso, ou ser consequência de desastres naturais.

Há inúmeros aspectos que não foram abordados nestas reflexões, no entanto, ressaltamos que, mesmo assim, conseguimos acentuar a presença dos *chefs*. Quer seja na preparação de grandes banquetes, ou no preparo de caldos restauradores, o aspecto criativo, inovador e diferenciado de algumas pessoas, hoje denominadas *chefs*, no decorrer dos tempos, contribuíram para dar rumos à gastronomia. Em linhas gerais, resta mencionarmos aspectos da gastronomia na contemporaneidade, o que tratamos a seguir.

2.5 A gastronomia na contemporaneidade

Na contemporaneidade, consideramos que um olhar mais atento aos movimentos das mídias é necessário. Se antes, a difusão era realizada com a prática culinária, no âmbito familiar, de geração a geração, pela prática nos mosteiros, ou por meio de livros de receitas e manuais de instruções de *chefs* então, a partir do século XIX, a gastronomia passou a ser ensinada, de maneira sistematizada, em escolas de diversos níveis e, atualmente, ganha ou constrói espaços midiáticos diversos, que envolvem desde os programas de TV até os vídeos no *Youtube*.

Os saberes construídos pelos seres humanos, desde os primórdios da civilização, depois com a passagem do cru para o cozido, com o incremento de diferentes condimentos e alimentos, na ida e vinda dos povos promovendo encontro de culturas, entre eles de hábitos alimentares e de hábitos a mesa, com contribuições das Ciências, em geral, constituíram os saberes gastronômicos, que agora rompem fronteiras, também com o auxílio das mídias. Assim, há difusão de valores estéticos e culturais vinculados à gastronomia, bem como um movimento de internacionalização.

As receitas, em particular as francesas, foram difundidas e os chefs, incluindo os franceses, passaram a compartilhar seus conhecimentos em filiais pelo mundo todo. Estes restaurantes ofereciam pratos regionais, típicos do país onde se instalavam, como massas à moda italiana, carne à inglesa e de pratos franceses. O uso do *menu* começou a se difundir pelos restaurantes europeus e se, diferentemente do século anterior, o menu informava o que seria servido, agora serve para mostrar as opções de pratos oferecidos pelo estabelecimento. Difunde-se também o uso do serviço à francesa, no qual cada prato é servido somente uma vez.

Adiciona-se a este movimento os avanços tecnológicos que contribuíram tanto para o preparo como para conservação de alimentos. Segundo Franco (2006), os equipamentos da cozinha evoluíram, sendo que, em 1865, vieram as geladeiras, em 1851, em Londres, o primeiro fogão a gás, em 1891, o fogão elétrico e, a partir de 1914, os utensílios domésticos criados pelas indústrias. Vieram os liquidificadores, batedeiras, panela de pressão, fornos de controle automático e outras inovações, que teve os Estados Unidos como pioneiros. As possibilidades de deslocamentos das pessoas, em geral, pelas diversas partes do mundo também cresceram. A cozinha internacional é bem recebida pelos viajantes, turistas ou não, pois contempla culturas diferentes e, portanto, diferentes hábitos e preferências alimentares.

No entanto, vale ressaltar que, ao mesmo tempo em que a cozinha internacional ia se firmando, voltou-se novos olhares para pratos regionais, gerando a criação e propagação de incontáveis restaurantes e livros de receitas especializadas em cozinha francesa, italiana, chinesa, japonesa, alemã, portuguesa, entre outros.

Segundo Flandrin e Montanari (2007, p. 844):

Alguns países da Europa, como França, Itália, Espanha e também em outras regiões de tradição católica, as ameaças às tradições culinárias sempre foram temidas. A alimentação cotidiana tida como fonte de prazer, como ato de sociabilidade e de comunicação parece “invadida, desagregada por um inexorável processo que tem o nome de “americanização” e cujo vetor já não é a fantasmática pílula, mas o onipresente hambúrguer”

Conforme os mesmos autores, houve muitas especulações de que as nossas refeições seriam substituídas por pílulas, assim como, devido aos avanços tecnológicos, os carros seriam flutuantes, as roupas não mais se deformariam, as viagens à lua seriam rotineiras e os robôs domésticos iriam substituir os humanos nas mais diversas atividades. Sabemos que muitos destes avanços vieram, mas em relação à alimentação, se as pessoas, em sua grande maioria, não estão saboreando pílula, propriamente dita, estão consumindo produtos que passam por um processo de padronização.

As batatas tem sempre sete centímetros de comprimento, o tomate está sempre vermelho, a abobrinha sempre verde e cilíndrica, as laranjas sempre redondas como se a natureza, na sua perfeição, não mais oferecesse cores e formatos diversos para um mesmo legume ou vegetal. No supermercado, o peixe, como exemplo, apresenta-se anônimo, pois é posto para ser vendido limpo, cortado, porcionado e acondicionado em embalagem idêntica.

Os peixes e outros demais alimentos se tornam em parte “comprimidos”: todos simétricos, sonsos e desprovidos de suas singularidades e peculiaridades e não se sabe a procedência do que se consome.

A alimentação transformou-se, desde o final do século XIX, com a industrialização, a racionalização e a funcionalização. “Da produção ao consumo, passando pelo abastecimento, sua realidade é incontestável... Com toda certeza, nossa alimentação situa-se hoje, dentro de uma corrente tecnológica, industrial e funcional.” (FLANDRIN; MONTANARI, 2007, p. 845). Assim, o trabalho culinário, tanto nas casas como nos restaurantes, deslocou-se da cozinha para a fábrica.

No momento em que a alimentação torna-se um mercado de consumo de massa, as refeições servidas em restaurantes passam por uma evolução, em parte comparável. Enquanto ao longo da evolução histórica a casa foi assimilada ao lar- isto é, a cozinha-, na proximidade do terceiro milênio a alimentação se identifica cada vez menos necessariamente com o universo doméstico. (FLANDRIN; MONTANARI, 2007, p. 850).

Com a industrialização dos alimentos, não mais o alimento natural e da estação vai à mesa. Ele está sempre à disposição, pronto para a “colheita”, nos supermercados. A produção em série de alimentos e a logística mundial construída fizeram com que a mesma gama de produtos em distintas lojas de uma mesma rede de supermercados. Se por um lado a distância foi encurtada e a acessibilidade foi facilitada, quando comparamos com o período das grandes navegações, por exemplo, esse alimento agora adquire outras simbologias, quer seja por seu *terroir*, ou por sua incapacidade de reavivar uma memória gustativa.

Mas, estas correntes tecnológica, industrial e funcional colocaram em ação os meios logísticos e tecnológicos necessários para comercializar novas variedades de produtos, cujo consumo passa a ter um rápido sucesso. Na França, é o caso, por exemplo não só dos iogurte e laticínios ditos “frescos”, mas também da água mineral em garrafas plásticas. Os franceses são os maiores consumidores no mundo destes dois produtos. Assim, busca-se o leite ou iogurte fresco em uma gôndola de supermercado, ou mesmo a água “da fonte” em uma garrafa plástica e não em uma nascente de água. Nesse processo, o papel das mídias é também relevante para a construção de sentidos para estes produtos.

A comida também adquire novos modos de preparação e de consumo. As refeições do tipo *fast food* traduzem um modo de se alimentar característico deste período, que culminou no que Franco (2006) denomina de McDonaldisização da própria sociedade. O *self service* e os

restaurantes que produziam alimentos em massa, como as pizzarias, começaram a ocupar a preferência das pessoas, em geral.

Consideramos que na gastronomia, de um lado, há este movimento que, se radicalizado, vê uma McDonaldização da própria sociedade. De outro, vêm inúmeras brechas que permitem vislumbrar outros percursos para a gastronomia, como os inúmeros espaços midiáticos que dissemina a gastronomia. Há programas de TV que contemplam desde uma cozinha prática, para o dia a dia, como os que buscam a culinária de diversas partes do planeta e os que privilegiam *chefs* conceituados. O mesmo se dá em livros de receitas, documentários e outras mídias.

Ortiz (1994) explica que o processo de internacionalização envolve o aumento da extensão geográfica das atividades econômicas através das fronteiras nacionais, enquanto a globalização da atividade econômica implica em alguma modalidade de integração funcional entre as atividades econômicas dispersas. Assim, a expressão global se reporta aos aspectos econômicos, enquanto o mercado mundial e a mundialização, aos elementos culturais. Para Ortiz (1994, p. 24):

Hábitos alimentares, maneiras de se vestir, crenças, enfim, os costumes fazem contrapeso à modalidade mercantil, confinada ao domínio das trocas internacionais. A correlação entre cultura e economia não se faz, portanto, de maneira imediata. Isso significa que a história cultural das sociedades capitalistas não se confunde com as estruturas permanentes do capitalismo.

A cultura constitui-se com um sistema de ideias, crenças, hábitos que vem como consequência de tentativas das pessoas relacionarem-se no universo de contradições e ambiguidades, amenizando a complexidade da realidade sociopolítica. Uma cultura, num contexto mais amplo, uma cultura mundializada, segundo Ortiz (1994, p. 26), “não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais, ela coabita e se alimenta delas.”

Na difusão da culinária, como exemplo, pode haver choques ou assimilação. O choque ou assimilação cultural se faz sempre no seio de um território, nação, cidade, bairro. A comida representa simbolicamente os modos dominantes de uma sociedade e os hábitos alimentares se moldam no espaço, mas o advento das técnicas de conservação, o barateamento dos produtos e o aumento dos meios de transporte propiciou a invenção da comida industrial. Com ela vem a transformação de rituais alimentares.

A refeição estruturada (entrada, prato principal, sobremesa) cede lugar a uma alimentação fragmentada. Contrariamente à refeição tradicional, que se fazia em horários fixos, come-se agora em horas variadas. Se antes os membros da família se sentavam regularmente à mesa partilhando um momento em comum, hoje, cada um tende a coordenar seu tempo em função de suas próprias atividades. (ORTIZ, 1994, p. 85).

Assim, conforme Ortiz (1994), estudiosos começam a falar de internacionalização de comportamentos alimentares, uma vez que a comida industrial não possui nenhum vínculo territorial.

Mas, há outros movimentos que amenizam o efeito da internacionalização e da americanização da cozinha. Por volta do ano 1970, surgiu um movimento na França denominado Nouvelle Cuisine que apregoava o refinamento das produções culinárias, tanto esteticamente, contemplando a aparência como disposição dos alimentos preparados no prato, como na leveza desta, que vinha com a redução no uso de gorduras, como manteiga e molhos que sofriam cocção prolongada, normalmente a base de ovos, creme de leite, farinha e gordura. Apesar de que o consumo da comida, no sistema francês, envolver uma sequência de pratos, a partir de tal movimento, os pratos viriam dispostos com gramatura reduzida e porcionados, prontos para consumo. Pratos com conceitos advindos da arte e da música refletiam a sociedade à mesa. Chefs como Gualtiero Marchesi e Paul Bocuse destacaram-se nesse período e são até hoje referência nas mesas europeias.

Nesta pesquisa, buscamos nesse contexto midiático, a culinária do chef Michel Bras. Consideramos que a gastronomia faz do comer uma experiência sensorial, que o *chef Bras* propicia também com os espaços midiáticos construídos para a divulgação do seu fazer. Vejamos como se estabelece a relação da gastronomia e a mídia.

3 MÍDIA E GASTRONOMIA ENQUANTO LINGUAGEM

Iniciamos esse capítulo, Mídia e gastronomia enquanto linguagem, com reflexões relativas às mídias e o seu papel no contexto contemporâneo, com ênfase nas imagens que elas veiculam. Em seguida, com o propósito resgatar a importância das imagens, as referentes à gastronomia, para as mudanças de práticas sociais relativas à alimentação, notadamente, buscamos teorias e estratégias metodológicas de análise de representações visuais – fotografias gastronômicas –, na semiótica ou lógica peirciana. Com tais estratégias de análise, vamos explicitar o potencial de imagens gastronômicas, envolvendo a culinária do chef Bras, de aguçar os sentidos do intérprete. Apresentamos, em linhas gerais, estratégias para análise dos vídeos e do documentário que também compõem o *corpus* da pesquisa.

3.1 A midiatização e as imagens

Conforme Sodré (2006), na perspectiva de Giddens, vivenciamos momentos em que há uso sistemático de informações visando a reprodução de sistemas sociais, processo denominado reflexividade institucional. Comenta ainda que, na modernidade clássica, a compreensão de fen menos humanos e sociais dependia de competências analíticas desenvolvidas com a filosofia, ciências sociais e outras, no entanto, nos dias atuais, ela depende da midiatização. Para Sodré (2006, p. 22):

A reflexividade institucional é agora o reflexo tornado real pelas tecnomedia  es, o que implica um grau elevado de indiferenciação entre o homem e sua imagem – o indivíduo é solicitado a viver, muito pouco reflexivamente, no interior das tecnomedia  es, cujo horizonte comunicacional   interatividade absoluta. Desde o imediato pós-guerra, esse processo vem alterando costumes, crenças, até mesmo afetos, e agora perfaz-se com a integração entre os mecanismos clássicos da representação e os dispositivos do virtual.

A midiatização envolve “uma qualificação particular da vida, um modo de presença do sujeito no mundo” (SODRÉ, 2006, p. 22). O autor propõe que isto requer um *bios* específico, distinto das três formas de existência humana (*bios*) na pólis, propostas por Aristóteles: a vida contemplativa, a política e a prazerosa (*bios theoretikos*, *bios politikos* e *bios apolaustikos*, respectivamente). Este novo *bios*, que vem com a midiatização, constitui-se como “uma

espécie de quarta esfera existencial, com uma qualificação cultural própria (uma “tecnocultura”) (SODRÉ, 2006, p. 22).

Assim, nesse contexto, faz-se necessário saber “como essa qualificação atua em termos de influência ou poder na construção da realidade social (moldagem de percepções, afetos, significações, costumes e produção de efeitos políticos) desde a mídia tradicional até a novíssima” (SODRÉ, 2006, p. 22). No processo de interação inerente à presença dessas novas mídias, que se dá em tempo real, há também a possibilidade de criação de espaços artificiais e virtuais.

Na nossa pesquisa, buscamos explicitar como se dá a criação de espaços artificiais e virtuais em torno da culinária do chef Bras. O potencial de sentidos gerados nestes espaços podem ser avaliados, em certa medida, pela análise das imagens disponibilizadas em diversas mídias, como documentário, vídeos do *Youtube* e imagens em livros de receitas.

Assim, nesse novo *bios*, que reserva “um grau elevado de indeferenciação entre o homem e sua imagem”, vale resgatar o potencial de sentidos da imagem.

Um dos aspectos marcantes do pensamento de Debord, em sua obra *A sociedade do espetáculo*, é a crítica às imagens, pois estas podem levar à aceitação do capitalismo, que é para o autor, um grande problema para a sociedade. Vivenciamos uma espetacularização midiática, sendo que o espetáculo “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p.14). Assim, “a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se representação” (DEBORD, 1997, p. 13). Os relacionamentos entre as pessoas são regidos pela aparência e não pela autenticidade.

O espetáculo é fruto dos modos de produção existentes, próprios do capitalismo, logo guiam o consumo. “A expansão econômica é sobretudo a expansão dessa produção industrial específica. O que cresce com a economia que se move por si mesma só pode ser a alienação que estava em seu núcleo original” (DEBORD, 1997, p. 24). Diante do espetáculo, as pessoas permanecem alienadas, passivas. A elas só resta consumir imagens e produtos.

Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência a fazer ver (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como um sentido privilegiado da pessoa humana – o que em outras épocas fora o tato; o sentido mais abstrato, e mais sujeito à mistificação, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual (DEBORD, 1997, p. 18).

Com o espetáculo, conforme o autor, opera-se a construção das necessidades de consumo na sociedade. Assim, a cada produto lançado no mercado pela indústria cultural, o consumo deste é criado pela publicidade e isto se dá porque as pessoas são passivas, acríticas. “À medida que a necessidade se encontra socialmente sonhada, o sonho se torna necessário. O espetáculo é o sonho mau da sociedade moderna aprisionada, que só expressa afinal o seu desejo de dormir. O espetáculo é o guarda desse sono” (DEBORD, 1997, p. 19).

Kellner (2006), ao tratar do triunfo do espetáculo na sociedade midiaticizada, enfatiza que o conceito de espetáculo “envolve uma distinção entre a passividade e a atividade, consumo e produção, condenando o consumo inconsciente do espetáculo como uma alienação do potencial para a criatividade e a imaginação.” (KELLNER, 2006, p. 123). A sociedade do espetáculo, segundo Kellner (2006, p. 123), “espalha seus bens principalmente através de mecanismos de lazer e de consumo, serviços e entretenimento, governados pelos ditames da publicidade e de uma cultura mercantilizada.”

Em relação à cultura, vale ressaltar que, conforme Lipovetsky e Serroy (2011, p. 7), “ela se tornou mundo, uma cultura-mundo, a do tecnocapitalismo planetário, das indústrias culturais, do consumismo total, das mídias e das redes digitais.” A cultura-mundo se concretiza com o crescimento exponencial das mídias, do audiovisual, do webmundo.

Cultura-mundo significa o fim da heterogeneidade tradicional da esfera cultural e a universalização da cultura mercantil, apoderando-se das esferas da vida social, dos modos de existência, da quase totalidade das atividades humanas. Com a cultura-mundo, dissemina-se em todo globo a cultura da tecnociência, do mercado, do indivíduo, das mídias, do consumo. (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, p. 9).

A cultura, segundo Lipovetsky e Serroy (2011, p.8), no mundo de ontem, “era um sistema de signos comandados pelas lutas simbólicas entre grupos sociais e organizava-se em torno de pontos de referência sagrados, criadores de um universo estável e particular”. Agora, para Lipovetsky e Serroy (2011, p.8), “sucede o da economia política da cultura, da produção cultural proliferante, indefinidamente renovada”. Esta cultura não é mais a “das classificações hierarquizadas, mas o das redes, dos fluxos, da moda, do mercado sem limite nem centro de referência.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, p. 8).

Assim, para Lipovetsky e Serroy (2011, p. 10), “o cultural se difrata enormemente no mundo material, que se empenha em criar bens impregnados de sentido, de identidade, de estilo, de moda, de criatividade, através das marcas, de sua comercialização e de sua

comunicação.” Neste contexto, as marcas, portanto, propõem sentidos e valores. Vale enfatizar que a palavra propor, quer dizer “submeter à apreciação”, ou “oferecer”, ou “pôr ante alguém para que seja examinado”. Assim, não estamos querendo dizer, em concordância com os autores, que as marcas, via publicidade, constroem ou (re)constroem sentidos e valores.

Mas, para levar adiante a tarefa de submeter valores e sentidos à apreciação, as marcas não só mobilizam as celebridades, como também, segundo Lipovetsky e Serroy (2011, p. 98), “ambicionam o cultural, falam de ética, de racismo, de proteção ao meio ambiente: procuram construir sua notoriedade com base em mensagens de sentido e de valores difundidos em todo o planeta.”

Vale enfatizar que, na perspectiva desses autores, a cultura-mundo reaproxima as coisas e suas representações, ambas fazem parte deste mundo, o que amplia os espaços de relações, de convivência.

No âmbito da gastronomia, o chef torna-se celebridade e a sua culinária alcança o *status* de marca. A culinária do chef Bras, como exemplo, difunde-se com documentários, vídeos disponibilizados na internet e livros de receita, no qual as imagens fotográficas dos pratos são tratadas como fotos artísticas. Assim, não só um livro de receitas, mas um livro com imagens artísticas.

Em um contexto em que reinam as imagens, vale trazer para a discussão, ainda com o propósito de relativizar o efeito hipnótico delas, tal como enfatiza Debord, algumas ideias de Maffesoli (2005) que, em certa medida, recomenda que precisamos aprender a olhar para as aparências, aprofundar o olhar na aparência da imagem, sem ultrapassá-la, mas nela permanecendo. No mundo das aparências, segundo o mesmo autor, na ordem do político, do religioso, ou da simples organização social, importa-nos cada vez mais o que as coisas são nelas mesmas. As diversas modulações da aparência vêm com a moda, o espetáculo político, a teatralidade, a publicidade, televisões etc., que formam um conjunto significativo de uma dada sociedade

As imagens permeiam todas as relações entre as pessoas, tanto por se apresentarem, se deixarem ver – as representações visuais, de modo geral -, como por vincularem-se, em algum aspecto, ao imaginário das pessoas. Mesmo sendo estáticas, as imagens possuem um dinamismo próprio que fortalece os sentimentos experimentados em comum, recuperando o termo grego *aisthesis*. Há uma força que tem sua origem na reunião do mundo das imagens.

A imagem vivida no cotidiano, a imagem banal das lembranças, a imagem dos rituais diários, imobiliza o tempo que passa. Seja a da publicidade, a da teatralidade urbana, a da televisão onipresente ou dos objetos a consumir, sempre insignificante ou frívola, ela não deixa de delimitar um ambiente que delimita bem a sequência de passagens em momentos, lugares, encontros justapostos. Sucessões de situações mais ou menos aceleradas em que cada uma vale por si própria, redundando num inegável efeito de composição. Algo que dá a intensidade, ou pelo menos a excitação, da configuração caleidoscópica na qual vivemos (MAFFESOLI, 2005, p. 112).

Maffesoli (2005) apresenta uma proposta de um novo ponto de vista para a imagem e para a vida cotidiana.

(...) ao contrário da teoria crítica que tem tendência a julgar o caráter “ideológico”, ou seja, nocivo das produções culturais de massa, ou ao contrário de um pensamento conservador que só verá aí uma ocasião de lucro, a atenção ao cotidiano permite lembrar que elas se adaptam às preocupações da vida presente, mais que as modelam. O fato de que se “mercantilizam” as grandes reuniões populares, as ocasiões festivas, as manifestações esportivas, as emissões televisivas ou as campanhas publicitárias, não tira nada do prazer de estar junto de que são a *causa* e o *efeito*. De fato, à imagem das causas similares que nos confiam as histórias humanas, dos jogos do circo às peregrinações religiosas, passando pelas feiras medievais, a cultura de massa, musical, cinematográfica, turística, retira sua capacidade de adesão de seu enraizamento na vida corrente. (MAFFESOLI, 2005, p. 113).

Assim, cada época tem uma maneira própria de expressão. Para o mesmo autor (ibid., p. 114), a adesão à criação publicitária, a proliferação do *kitch*, a eflorescência do “*clip*” televisivo, desempenham uma dupla função. De um lado, a função emocional, e, de outro, exprimem os pequenos nada sem qualidades que nos remetem à idéia de que a cultura é o conjunto dessas coisas sem consequências que servem de base alimentar à vida social organizada. Trata-se de uma época, portanto, em que parece predominar o ‘doméstico’ ou os valores proxêmicos, logo, trata-se também da época em que se deve dar o devido valor às formas excluídas da grande cultura.

Maffesoli (2006) também menciona a relação entre costumes e comunicação. A gastronomia e a culinária constituem-se com hábitos, costumes. Envolvem não só a eleição de determinados alimentos para compor as refeições do dia a dia, como também agregam os hábitos à mesa, as transformações que ocorrem no encontro de diferentes culturas. Há rituais alimentares restritos à esfera privada, bem como os que alcançam espaços públicos, de culturas distintas.

Mas, qual a relação entre os costumes e a comunicação? Segundo Maffesoli (2006), ao se tomar a comunicação no seu sentido mais forte, ou seja, como o que estrutura a realidade

social, então, pode-se considerar os costumes como uma das suas modulações particulares. Isto porque os valores proxêmicos, que se estabelecem nas trocas, entre os elementos de um grupo, trocas que podem ser reais ou simbólicas, prevalecem devido à saturação das organizações e das representações sociais formais.

A ampliação e a multiplicação dos meios de comunicação de massa e a decorrente banalização desses, de certo modo, os leva para mais próximo da vida comum. Segundo Maffesoli (2006, p. 63), “está na lógica da mídia ser um simples *pretexto* para a comunicação, como podem ter sido a diatribe filosófica na Antiguidade, o sermão religioso na Idade Média ou o discurso político na Era Moderna”. Nessas diversas formas, “trata-se, antes de tudo, daquilo que permite a expressão de uma emoção comum, daquilo que faz com que nos reconheçamos em comunhão com os outros” (MAFFESOLI, 2006, p. 63).

Estas reflexões constituem um convite para lançarmos um novo olhar para as imagens difundidas nas mídias, principalmente para as que envolvem a culinária do chef Bras. Qual seria o potencial destas imagens de aguçar nossos sentidos, cumprindo assim a função de colocar as pessoas em união, favorecendo a agregação, tal como propõe Maffesoli (2006). Esta agregação viria em função de valores estéticos então difundidos, que vêm à tona também em dependência de aspectos referenciais e simbólicos que impregnam tais imagens. Aí reside a importância da interpretação dessas imagens. Nesta pesquisa, as estratégias metodológicas de análise de imagens, advindas da semiótica peirciana, vêm ao encontro da proposta de Maffesoli (2005), a de olharmos no fundo das aparências. Isto porque, os sentidos latentes na imagem vêm à tona com os aspectos qualitativos, referências e simbólicos impregnados na materialidade da imagem, na sua epiderme.

A interpretação também agrega novos significados à culinária do chef Bras, ou revela os significados nela embrenhados. No entanto, antes de realizarmos a tarefa de interpretação, vejamos como a gastronomia pode ser vista como linguagem, como signos em movimento, na perspectiva peirciana.

3. 2 Gastronomia enquanto linguagem

Consideramos que a gastronomia é uma linguagem, o que quer dizer que tomamos os seus produtos como signos, como coisas que significam e que se ressignificam com as práticas sociais. Desde os mitos até as novas mídias, encontramos a comida e seus rituais num fluxo de sentidos que, de certo modo, pode ser capturado à luz de um olhar semiótico.

Quando mencionamos o termo linguagem, seguindo Santaella (1983, p. 11-2), estamos reportando-nos “a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e de significação que inclui a linguagem verbal articulada, mas absorve também, inclusive, a linguagem dos surdos-mudos, o sistema codificado da moda, da culinária e tantos outros.” Ainda nas palavras de Santaella (1983, p. 12):

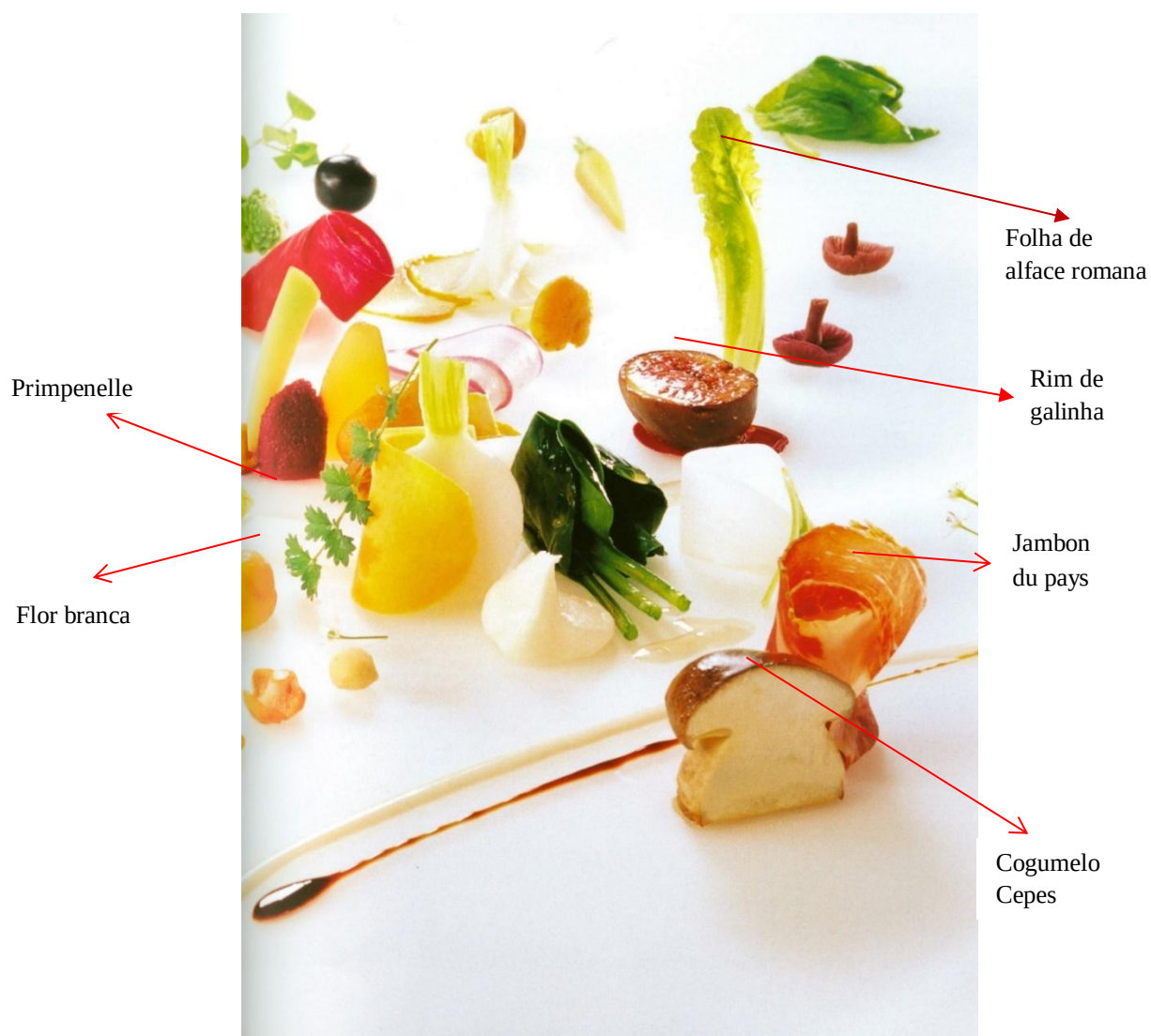
Considerando-se que todo fenômeno de cultura só funciona culturalmente porque é também um fenômeno de comunicação, e considerando-se que esses fenômenos só comunicam porque se estruturam como linguagem, pode-se concluir que todo e qualquer fato cultural, toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e de sentido.

A culinária do chef Bras, na nossa pesquisa, será vista na perspectiva da semiótica, enquanto ciência “que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objeto de estudo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido.” (SANTAELLA, 1983, p. 13).

Tratamos aqui, portanto, de uma ciência geral dos signos, a semiótica ou lógica de Charles Sanders Peirce³, que em um de seus ramos, a gramática especulativa, apresenta definições e classificações de signo. O signo vai além da palavra e abarca todos os tipos de signos, de linguagem, como a linguagem da moda, da culinária, da matemática, da música e outras.

A representação visual (Fig. 1), reprodução por fotografia de um prato elaborado pelo chef Bras, de certo modo, numa certa dependência do repertório do intérprete, pode falar ao intérprete sobre gastronomia e, de modo mais específico, sobre a culinária do chef Bras, além de apresentar o prato denominado *Un gargouillou autor d'un automne: feuilles, racines, champignons et fruit*, que em nossa tradução, quer dizer, Um gargouillou do outono: folhas, raízes, cogumelos e frutas.

³ Conforme Santaella (1983), Charles Sanders Peirce (1839-1914), foi um cientista norte-americano, químico de formação, que se dedicou à matemática, física, astronomia, geodésia, mas que se considerava um lógico. Depois de sua morte passou a ser considerado um filósofo. Ele se dedicou à Lógica das Ciências e buscou, incansavelmente, entender os métodos de raciocínio empregados nas mais diversas ciências. Foi um pensador solitário e incansável que deixou para a posteridade cerca de 80.000 manuscritos, além de 12.000 páginas publicadas em vida.

Figura 2-Detalhes do *Gargouillou*

Fonte: Bras (2003, p. 129)

O intérprete pode se sentir convidado a percorrer a imagem com o olhar e atentar para as características de cada elemento que compõe o prato. Ele pode dizer que se trata de uma bela imagem e que o modo como os ingredientes apresentam-se o leva a sentir o sabor de alguns deles. Assim sendo, a imagem provoca efeitos no intérprete e pode também despertar o interesse em relação ao chef Bras e sua culinária. A imagem, a representação visual do prato *Gargouillou*, composto com folhas, raízes, cogumelos e frutas é um signo, pois apresenta ou representa o prato mencionado. Os efeitos de signo podem ser de admiração, de desejo de saboreá-lo, bem como de conhecer a culinária do chef Bras.

Se considerarmos que a imagem remete o intérprete ao prato Gargouillou, então, podemos constatar que há outros aspectos que não foram contemplados nessa representação visual, mas que, de certo modo, pode compor o objeto do signo.

Considerando o repertório do intérprete, podemos acrescentar que o *Gargouillou* é um prato composto de acordo com os produtos que a natureza, das cercanias do restaurante Bras oferece. Trata-se de um prato dinâmico, sazonal. O prato fotografado (Figura. 1) é específico do outono. Diferente do Gargouillou de legumes de 2 de julho, por exemplo, que é florido, cheio de brotos, folhas, flores e frutos, com extrema variedade de colorações, texturas e preparações que expressam o verão e a primavera na França, notadamente na região de francesa este Gargouillou de outono (Figura. 1) é mais sóbrio e guarda distância entre as preparações. O prato apresenta tubérculos da família do nabo e rabanete, pequenos, de coloração branca ou amarela pálida, dispostos em um eixo transversal da foto. O fundo branco no qual foi feita a captura do prato é bem evidente... As cores branca, amarela e vermelha predominam, ou ainda compõem o prato um pedaço de rim de galinha, *jambon du pays*, presunto produzido na França, folhas pequenas e um galho de *primpenelle*, um talo de folha ao centro do prato que está apoiado em uma fatia de tubérculo amarela e branca, confere um tom e um sabor surpreendente ao prato, que é similar ao de melancia. A flor branca e pequena confere resistência ao prato, pois trata-se de uma planta que resiste ao outono e nele floresce. Os frutos cederam espaço para os cogumelos. No outono, os bosques ficam impregnados de cogumelos. A coleta do cogumelo *Cepes* se dá em três períodos ao longo das 24 horas do dia, bem cedo por volta de quatro ou cinco horas da manhã, no final de tarde entre quatro ou cinco horas e ao cair da noite, por volta das dez horas. Esses cogumelos só são descobertos em condições ideais de humidade e de temperatura. Ele está entre as folhagens que caíram no início do outono, está abaixo de uma matéria orgânica em decomposição que nutre o solo junto com o orvalho das manhãs e a compostagem da natureza. Ele é extremamente frágil, porém de sabor intenso e de excelente emprego na culinária, desde pratos simples com manteiga e salsinha a pratos mais elaborados como o Gargouillou do chef. Há outros cogumelos presentes no prato, menores, em tom vermelho Bordeaux, amarelados e amarronzados, cada um com sua peculiaridade, sejam mais amargos, mais fibrosos ou esponjosos. O prato (Figura. 1) vale-se de flores, frutos e cogumelos da região e apresenta-se, de forma diferenciada, seguindo o que a natureza oferece em cada estação do ano.

Como o prato foi elaborado pelo chef Bras, então, há também aspectos referentes à região em que ele vive, em que tem o restaurante, que pode compor o objeto do signo. A

cidade de Laguiole (Figura. 3), localizada no sul da França, na região de Aveyron, conta com cerca de 1.200 habitantes.

Figura 3- *Laguiole*



Fonte: Disponível em: <<http://www.aubrac-laguiole.com/upload/push/9/push-icone.jpg>>. Acessado em: 15 maio 2016.

Suas ruas são estreitas e sinuosas. As casas, com lareiras, tem paredes espessas, construídas com grandes blocos de pedra, e telhados acinzentados (Figura. 4).

Figura 4- As casas de *Laguiole*



Fonte: Reprodução de foto elaborada pelo autor em junho de 2011.

Na região, as estações do ano, são bem definidas. Durante o verão o calor é intenso; no outono, as folhas caem e o ar fica árido; durante o inverno a neve cobre os telhados, as ruas e os pastos se tornam propensos a prática de esportes na neve, enquanto na primavera, a neve derrete, o pasto retoma sua coloração verde exuberante e as flores começam a brotar colorindo os campos da região. As ruas são em sua maioria de paralelepípedo, que de certo modo mostra-se bem polido devido ao desgaste durante os anos. Laguiole não possui aeroporto, tão pouco estação de trem. A cidade tem um correio que também é agência bancária, um outro banco o *Crédit Agricole*, uma banca de jornais e revistas, dois bares, um restaurante de médio porte e outros pequenos restaurantes. O médico da cidade atende em sua própria residência. A cidade mais próxima é Rodez, que conta com estação de trem e hospital.

Laguiole possui uma topografia bem acidentada, com relevos circundados por pequenas montanhas e planícies ao longo de sua delimitação. É esta topografia que dá abertura ao pastoreio e à criação de gado que leva o nome da região, o gado de Aubrac.

O gado de Aubrac tem estatura média e pelagem aveludada em tom caramelo, sem pigmentação. A carne desse gado de Aubrac é muito conhecida, porém não é encontrada facilmente por toda a França, somente nessa região, preservando assim a ideia de *terroir*, tão cara aos franceses.

Figura 5- Gado de Aubrac



Fonte: Reprodução de foto elaborada pelo autor em agosto de 2011

Esse gado se nutre de pasto abundante da região, ora coberto por gramíneas de um verde intenso e de altura mediana, ora coberto por flores amarelas, roxas, lilás, vermelho rubi, laranjas... (Figura. 6).

Figura 6- O campo em *Laguirole*



Fonte: Reprodução de foto elaborada pelo pesquisador em agosto de 2011

Essa alimentação dá ao leite e à carne sabores especiais e diferenciados. O queijo *Tome de Laguirole* é um entre inúmeros produtos especiais derivados desse leite e que tem o selo AOP (*Appellation d'origine protégée*), que preserva a identidade do produto vinculada àquele tipo de gado e de leite produzido na região. A carne tem um gosto pronunciado e a camada de gordura que a acompanha é fundamental para construção do sabor amanteigado dos *côte de boeuf*, servidos na mesa dos restaurantes da região, ou como o prato preparado pelo chef Bras.

Na pequena cidade há celebrações ao longo do ano, como feiras onde os criadores de animais e os agricultores se reúnem para mostrar seus produtos. Há um marco em torno do qual os habitantes da cidade e visitantes confraternizam-se, uma estátua de um touro, feito de

metal que está na praça central da cidade (Figura. 7). Segundo os costumes, colocar as mãos no testículo desse touro de metal traz prosperidade e sorte.

Figura 7- O touro em *Laguiole*



Fonte: Reprodução de foto elaborada pelo pesquisador em junho de 2011.

Há poucos estabelecimentos comerciais na pequena cidade e os poucos que há são para turistas, que podem neles *souvenirs* e alimentos típicos da região, como o *Aligot*, preparação feita à base de queijo Tome e purê de batatas, comumente consumida com linguiça. A cidade é ponto turístico não somente pelas feiras, onde o alimento é o mote, mas também pelos canivetes, os *couteaux laguiole*, de design próprio e forjado na própria cidade. Há diversas empresas de fabricação desse estilo de canivete e a mais famosa é a *Forge Laguiole*, localizada entre a cidade e o restaurante de Michel e Sébastien Bras.

De arquitetura vanguardista, possui uma fachada de vidro aparente que se destaca sobre o terreno. Há a presença de um elevado no telhado no formato da lâmina do canivete, que se assemelha ao modo como ele fica quando é aberto para cortar algo. A loja/forja dos canivetes tem uma planta arquitetônica em formato de “L”, que o visitante pode percorrer

para observar todos os processos e etapas que envolvem a confecção de uma das peças (Figura. 8).

Figura 8- Forge Laguiole, Atelier Boutique



Fonte: Disponível em: <<http://www.forge-de-laguiole.com/img/cms/forgedelaguiolelame.jpg>>. Acesso em: 15 maio 2016.

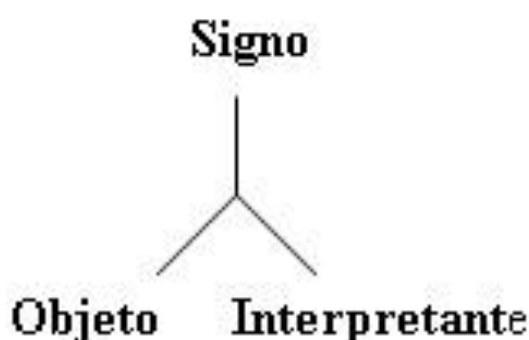
Os canivetes são produzidos em cores, materiais e dimensões diferentes e algumas coleções contam com a assinatura de marcas e designers. Alguns alcançam preços de milhares de euros, quando confeccionados com madeiras raras e metais, por artesãos renomados. Essas empresas produzem também saca-rolhas, facas para usos diversos, tanto para acompanhar talheres de mesa, como para cortar pães ou utilizar para manteiga.

Retomando o contexto da semiótica... Pode ser signo, por exemplo, a fotografia de um prato preparado pelo chef Bras, um filme sobre o restaurante Bras, um livro de receitas desse chef, imagens de pratos disponibilizadas na internet, entre outros. Para a figura 1, o objeto é o prato *Gargouillou*. No entanto, o signo não dá conta de todas as especificidades desse prato. Muitos detalhes sobre os alimentos que o compõem, como o cultivo e a colheita dos alimentos, o modo de preparação de cada ingrediente, sobre o potencial calórico do prato não são contemplados. Assim, um signo não dá conta de representar o objeto totalmente, mas isto não modifica o seu potencial de gerar interpretantes ou efeitos do signo, outros signos.

O signo, conforme Santaella (1983, p. 58), “é uma coisa que representa uma outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar,

substituir uma outra coisa diferente dele. Ora, o signo não é objeto. Ele apenas está no lugar do objeto.” Assim, o signo representa seu objeto para um intérprete, “e porque representa seu objeto, produz na mente desse intérprete alguma outra coisa (um signo ou quase-signo) que também está relacionada ao objeto, não diretamente, mas pela mediação do signo” (SANTAELLA, 1983, p. 58). Essa relação triádica – signo/objeto/interpretante - pode ser observada no diagrama (Figura. 9).

Figura 9– Uma relação triádica: signo/objeto/interpretante



Fonte: Drigo e Souza (2013, p. 22)

No exemplo (Figura. 1) comentamos que o signo está no lugar do objeto, mas não dá conta dele integralmente, mostra alguns aspectos do prato. Peirce explica esse impasse estabelecendo dois objetos: imediato e dinâmico. “O objeto imediato (dentro do signo no próprio signo) diz respeito ao modo como o objeto dinâmico (aquilo que o signo substitui) está representado no signo.” (SANTAELLA, 1983, p. 59).

Os efeitos desse signo – admiração que pode causar no intérprete, o desejo de saborear o prato, ou as reflexões que o prato desencadeou a respeito da culinária do chef Bras – são interpretantes. Santaella (1983, p. 60), menciona que Peirce estabeleceu três tipos de interpretantes: imediato, dinâmico e final. “O interpretante imediato consiste naquilo que o signo está apto a produzir numa mente interpretadora qualquer. Não se trata daquilo que o signo efetivamente produz na minha ou na sua mente, mas daquilo que, dependendo de sua natureza, ele pode produzir.” (SANTAELLA, 1983, p. 60).

O interpretante dinâmico, por sua vez, conforme Drigo e Souza (2013, p. 52), “é o efeito produzido pelo signo num ato interpretativo singular”, que é classificado em: emocional, energético e lógico. O interpretante dinâmico emocional corresponde à primeira propriedade significativa de um signo, o sentimento. O interpretante dinâmico energético

corresponde “a uma ação física ou mental, quer dizer, o interpretante exige um dispêndio de energia de algum espécie.” (SANTAELLA, 2005, p. 25). Os índices “tendem a produzir esse tipo de interpretante com mais intensidade, pois os índices chamam nossa atenção, dirigem nossa retina mental ou nos movimentam na direção do objeto que eles indicam.” (SANTAELLA, 2005, p. 25). O interpretante dinâmico lógico vem “quando o signo é interpretado através de uma regra interpretativa internalizada pelo intérprete.” (SANTAELLA, 2005, p. 25).

O interpretante final, segundo Drigo e Souza (2013, p. 52), “é o resultado interpretativo ao qual qualquer intérprete pode atingir se o signo for levado em conta de modo suficiente. No entanto, o termo final deve ser entendido como um limite ideal, logo inatingível.”

Mas, antes de prosseguirmos nas classificações, retomemos a alguns aspectos da semiótica ou lógica, de Charles Sanders Peirce. “A lógica, também chamada de semiótica, trata não apenas das leis do pensamento e das condições da verdade, mas, para tratar das leis do pensamento e da sua evolução, deve debruçar-se, antes, sobre as condições gerais dos signos.” (SANTAELLA, 2005, p. 3). Um dos seus ramos é a gramática especulativa, que conforme Santaella (2005, p. XIV), nos fornece “definições rigorosas do signo e do modo como os signos agem”. Desse ramo da semiótica vem também “um grande inventário de tipos de signos e de misturas sígnicas, nas inumeráveis gradações entre o verbal e o não-verbal até o limite do quase signo.” (SANTAELLA, 2005, p. XIV).

Desse manancial conceitual, podemos extrair estratégias metodológicas para a leitura e análise de processos empíricos de signos: música, imagens, arquitetura, rádio, publicidade, literatura, sonhos, filmes, vídeos, hipermídia etc. Embora esse uso da gramática especulativa esteja muito longe daquilo que Peirce havia sonhado para ela, o material teórico que nela podemos encontrar se presta com muita aptidão para esse uso pretendido.

A análise semiótica das imagens selecionadas será realizada aplicando estratégias de análise advindas da gramática especulativa. Mas, vamos prosseguir com as principais classificações do signo elaboradas por Peirce, ou seja, a classificação do signo na relação com seu fundamento, com seu objeto e com o efeito que gera numa mente interpretadora.

O signo, na relação com o seu fundamento, pode ser classificado em qualissigno, sinsigno e legissigno. A representação visual (Figura. 1) é um sinsigno, pois é um existente, um singular. A palavra gastronomia, por exemplo, é de natureza geral, pois esse nome

envolve práticas específicas, simbolismos, conhecimentos de diversas ciências e inúmeros modos de circulação e difusão, como mitos, a literatura, obras de arte, livros de receitas, representações visuais de alimentos e de pratos especiais, chefs e seus modos de cozinhar, programas de TV, vídeos, filmes, entre outros. Neste aspecto, a palavra gastronomia é um *legissigno*.

Se uma pessoa, diante de um prato preparado pelo chef Bras, o mesmo Gargouillou, por exemplo, sentir-se inebriado pelo sabor, então, o prato em questão, nessa fração mínima de tempo, faz-se *qualissigno*, ou seja, a qualidade prepondera. O mesmo pode se dar, com um intérprete, diante da representação visual do prato (Figura. 1). Os aspectos qualitativos da imagem, ou seja, o arranjo de formas, cores e texturas podem preponderar por alguns instantes e, assim, a representação visual faz-se *qualissigno*.

Santaella (1983, p. 63) explica que “se algo aparece como qualidade, este algo é um primeiro. É claro que uma qualidade não pode aparecer e, portanto, não pode funcionar como signo sem estar encarnada em algum objeto. Contudo, o *qualissigno* diz respeito só e apenas à pura qualidade.” Comenta ainda a mesma autora, que na relação com o seu objeto, esse signo é um ícone. Ele apresenta o objeto e se presta à contemplação. O interpretante que um ícone produz é uma possibilidade, ou ainda, “no nível do raciocínio, um rema, isto é, uma conjectura ou hipótese” (SANTAELLA, 1983, p. 65).

“Qualquer coisa que se apresente diante de você como um existente singular, material, aqui e agora, é um *sinsigno*” explica Santaella (1983, p. 66). Na relação com o objeto, esse signo é um índice. Nas palavras de Santaella (1983, p. 66):

uma coisa singular funciona como signo porque indica o universo do qual faz parte. Daí que todo existente seja um índice, pois, como existente, apresenta uma conexão de fato com o todo do conjunto de que é parte. Tudo que existe, é índice ou pode funcionar como índice. Basta para tal, que seja constatada a relação com o objeto de que o índice é parte e com o qual está existencialmente conectado.

Assim, a representação visual (Figura. 1) pode ser índice para a culinária do chef Bras e isto se dá quando o intérprete estabelece essa conexão. Assim, o índice é sempre dual, pois conecta uma coisa a outra. “O interpretante de um índice, portanto, não vai além da constatação de uma relação física entre existentes. E ao nível do raciocínio, esse interpretante não irá além de um dicente, isto é, o signo de existência concreta” (SANTAELLA, 1983, p. 66-7).

O legissigno, por sua vez, “extraí seu poder de representação porque é portador de uma lei que, por convenção, ou pacto coletivo, determina que aquele signo representa seu objeto.” (SANTAELLA, 1983, p. 67). A palavra gastronomia, como mencionamos, é um legissigno. E, sendo uma lei, na relação com o objeto, o signo é um símbolo. O símbolo é uma lei e também o seu objeto e seu significado são leis. O símbolo, conforme Santaella (1983, p. 68), produz “como interpretante um outro tipo geral ou interpretante em si que, para ser interpretado, exigirá um outro signo, e assim *ad infinitum*.”

Explica ainda a mesma autora que, os símbolos crescem e se disseminam. A palavra gastronomia, como exemplo, transformou-se no decorrer dos séculos, o que podemos conferir com as reflexões sobre alimentação apresentadas no capítulo anterior.

Na relação com o objeto dinâmico do signo, portanto, o signo pode ser classificado como ícone, índice e símbolo. No nível do raciocínio, ou na relação com o interpretante, o signo pode ser classificado em rema, dicente e argumento.

As tríades peircianas apresentadas funcionam como um esquema lógico que, segundo Santaella (1983, p. 70), “pode nos prestar enorme auxílio para o reconhecimento do território dos signos, para discriminar as diferenças entre signos, para aumentar nossa capacidade de apreensão da natureza de cada tipo de signo”. A semiótica peirciana, uma teoria científica, conforme Santaella (1983, p. 70):

criou conceitos e dispositivos de indagação que nos permitem descrever, analisar e interpretar linguagens. Como tal, os conceitos são instrumentos, lentes para o olhar, amplificadores para a escuta. Portanto, não podem, por si mesmos, substituir a atividade de leitura e desvendamento da realidade. São instrumentos que, quando seriamente decifrados e eficazmente empregados, nos auxiliam nessa atividade.

Assim, esses conceitos podem ser aplicados à linguagem sonora, da arquitetura, à linguagem visual, à culinária e outras. O processo de análise comunicativa de uma representação visual – uma fotografia gastronômica, por exemplo - inclui pelo menos três fases: a significação ou representação, a referência e a interpretação. Conforme Santaella (2005), a fase da significação permite, em primeiro lugar, buscar aspectos qualitativos vinculados às formas, cores, texturas, movimento e combinações desses aspectos; em segundo, buscar os aspectos que vinculam os elementos que compõem a representação visual a determinado contexto, a existentes e, em terceiro lugar, buscar aspectos gerias, convencionais que a impregnam. A fase da referência permite compreender aquilo que a representação visual indica, aquilo a que se refere ou se aplica. Assim cabe avaliar o poder

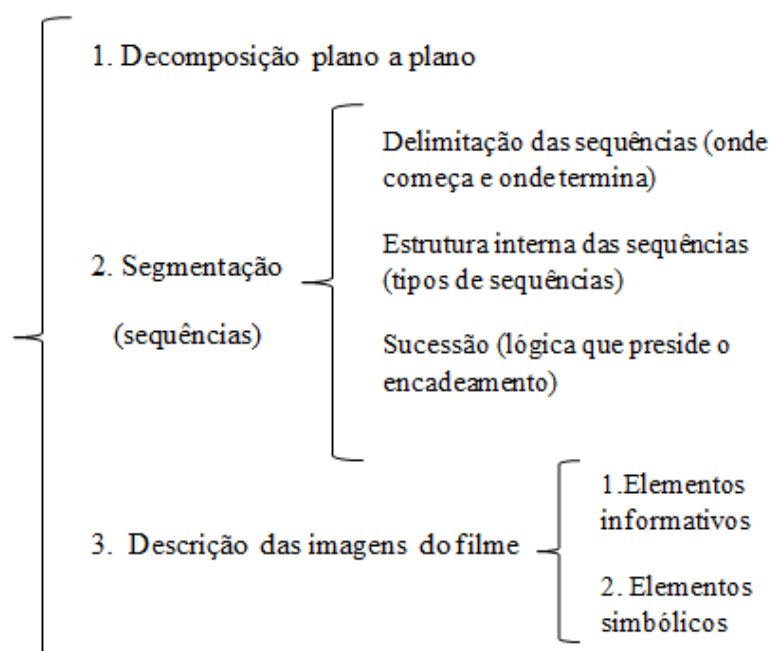
sugestivo, o poder de indicar algo que está fora da imagem e o poder de representar ideias abstratas e compartilhadas na cultura. À fase da interpretação cabe ao analista explicitar os possíveis efeitos da representação visual, que podem ser: emocionais, quando o intérprete é tomado por emoções; reativos, quando o intérprete é levado a agir e, por fim, os mentais, quando a representação visual leva o intérprete a refletir e, no futuro, a mudanças de hábitos.

Essas fases serão aplicadas para analisar as fotografias gastronômicas, representações visuais de pratos elaborados pelo chef Bras. Para análise do documentário e dos vídeos, vamos utilizar algumas estratégias propostas por Aumont e Marie (2013).

A análise do filme é compreendida, por Aumont e Marie (2013), como aplicação, desenvolvimento e invenção de teorias e disciplinas sobre o filme. Explicam também os autores, que não há proposta de um método universal para análise, embora sempre se tente inventariar, comentar e classificar as análises de filmes.

A análise fílmica pode ser feita com a aplicação de três modalidades de instrumentos: 1) Descritivos, que contribuem para a apreensão e memorização do filme; 2) Citacionais, que reforçam os objetivos anteriores e 3) Documentais, que são as informações provenientes de fontes exteriores. Os instrumentos descritivos são de três tipos, que podem ser vistos no diagrama (Figura.10).

Figura 10– Diagrama para as etapas do instrumento descritivo



Fonte: Diagrama apresentado nas aulas da Disciplina Comunicação Visual, no Mestrado em Comunicação e Cultura, na Uniso, pela Prof. Dra. Maria Ogécia Drigo, no 1º semestre de 2015.

O filme, segundo Aumont e Marie (2013), é uma obra autônoma, engendra um texto (análise textual) que constrói significados com as estruturas narrativas (análise narratológica) e em dados visuais e sonoros (análise icônica), gerando efeitos no espectador (análise psicanalítica).

Entre as modalidades de análise importa, no contexto dessa pesquisa, a análise do filme como narrativa, que pode ser de duas modalidades: uma é a análise temática, que é mais geral e envolve o assunto do filme; a outra, é a análise do conteúdo, que trata da forma e do conteúdo do filme. Vamos empreender análise temática dos vídeos e do documentário valendo-se de recortes que permitem um encadeamento lógico dos assuntos.

No próximo capítulo, relatamos as análises de fotografias gastronômicas, de um documentário e de vídeos envolvendo a culinária do chef Bras.

4 A COMUNICAÇÃO DA SENSORIALIDADE COM A CULINÁRIA DO CHEF BRAS

Neste capítulo, apresentamos descrições e análises do documentário e dos vídeos disponibilizados no *Youtube*, com o propósito de explicitar as especificidades da produção do chef Michel Bras. Em seguida, relatamos a análise semiótica dos pratos selecionados. Será realizada análise semiótica, na perspectiva peirciana, de um prato por categoria, para avaliar o potencial de sentidos latentes nas imagens e, por sua vez, latentes nos pratos apresentados, notadamente no que se refere à possibilidade de aguçar os sentidos do intérprete, no caso, sem que este experimente o prato.

Do ponto de vista da semiótica peirciana, segundo Drigo e Souza (2013), uma representação visual pode se fazer signo tanto pelos aspectos qualitativos – cor, forma, textura, movimento ou o jogo desses elementos –, como pelo poder de referencialidade da imagem, ou seja, a possibilidade desta levar o intérprete a associar a imagem a algo existente e, por fim, pelos aspectos de regra, norma ou convenção nela engendrados. Por um ou outro aspecto preponderar, quando do envolvimento de um intérprete com a representação visual, então, esta pode preponderar como ícone, índice ou símbolo, e, então, os efeitos também podem ser os emocionais, os reativos e os que levam à reflexão, desencadeiam o pensamento.

Conforme Drigo e Souza (2013), a estratégia de análise semiótica de imagens constitui-se com três tipos de olhar: contemplativo, observacional e generalizante. “Inicialmente, espera-se que o olhar colha da imagem as qualidades” (DRIGO; SOUZA, 2013, p.159). “O segundo olhar – observacional – discrimina, captura existentes.” (DRIGO; SOUZA, 2013, p.160). Sobre o terceiro modo de olhar, conforme Drigo e Souza (2013, p. 160):

O olhar interpretativo ou generalizante – terceiro modo de olhar – apreende os sentidos do signo a partir de hábitos associativos, culturais que o intérprete aciona de seu repertório. São aspectos capazes de incitar propriedades compartilhadas culturalmente. É o olhar responsável por fazer a síntese, por interpretar efetivamente a partir das qualidades incorporadas em cada existente analisado.

A análise do documentário e dos vídeos são guiadas por Aumont e Marie (2013), conforme explicitamos no capítulo anterior.

4.1 O que vem sobre o chef Michel Bras no documentário *Step up to the Plate*

Iniciemos com a descrição do documentário e, em seguida, considerando-se o percurso narrativo, selecionamos algumas cenas para análise, destacando-se então os elementos informativos e simbólicos presentes, acompanhando as etapas dadas no diagrama (Figura. 10), que consta no capítulo dois.

O documentário *Step up to the Plate*, em francês, tem como foco a decisão do chef Michel Bras de deixar o restaurante estrelado pelo guia *Michelin*, aos cuidados do seu filho, Sébastien, após mais de quinze anos trabalhando, no restaurante, com o pai. Sob a direção de Paul Lacoste, Michel Bras e Sébastien Bras são os protagonistas do documentário, lançado em 2012.

O documentário mostra o cotidiano da família Bras e seu entorno em Laguiole, cidade no sul da França. A família Bras dialoga com o espectador comentando aspectos históricos relativos à fundação do restaurante, as práticas cotidianas da família vinculadas ao restaurante e a outras atividades. Exibe-se, por meio de relatos dos familiares, o envolvimento de Sébastien com a culinária, desde a infância. Mostra-se também o envolvimento do neto de Michel. As cenas mostram a integração da arquitetura do restaurante à paisagem local e enfatizam tal integração também na composição dos pratos. Cuidam também de exibir o cuidado na seleção dos alimentos para a preparação dos pratos e a rotina que isto institui para todos os funcionários do restaurante.

O documentário tem como foco o trabalho em conjunto do pai com o filho na composição de pratos de alta gastronomia, mencionando as reflexões de ambos sobre o gosto, aroma, aspectos visuais (design do prato), texturas e a busca por referências pessoais dos chefs, bem como locais, que possam orientar a criação de pratos para o novo menu.

Selecionamos algumas imagens – recortes de cenas do documentário – das quais tentamos encontrar novos elementos informacionais e simbólicos, que agregam novos sentidos ao documentário.

A imagem (Figura. 11) mostra Michel pensando na disposição de elementos no prato em preparação, sob o olhar atento do pai.

Sébastien aparece atento, reflexivo, tentando complementar o elemento principal do prato (peixe), com o que chamamos de guarnições ou elementos secundários, que acompanham o item principal (normalmente proteína), mas que mesmo como secundários,

são fundamentais para alcançar o resultado almejado, seja ele o equilíbrio, a pungência, ou a exaltação de determinada característica ou textura. Michel, o pai questiona seu filho sob quais aspectos são necessários à apresentação do prato e o finaliza, prato que já estava finalizado no entendimento do filho.

Figura 11– O *design* do prato em processo



Fonte: STEP UP to the plate. Direção de Paul Lacoste. Laguiole, Aubrac, França: Cinema Guild, Jour 2 Fête. 2012. 1 DVD (90 minutos) French Dolby Digital, son, color, leg.

A cor branca que impregna a cena, materialmente, a dólman, o avental e panos de prato, a louça de cerâmica branca, pode ser associada, segundo Farina (2000), à neve, muito presente no local; afetivamente pode ser associada à limpeza, harmonia e dignidade. Os gestos suaves, medidos e comedidos, bem como a voz branda de ambos, constrói uma ambiência onde reina a reflexão, a suavidade e o equilíbrio. Esses aspectos qualitativos possibilitam que o usuário/espectador tenha sensações atreladas à tranquilidade, suavidade, delicadeza e requinte, vinculado a um local específico, o restaurante Michelin, sempre iluminado e branco, no inverno, tal como o local em que o restaurante está localizado.

Nesta segunda imagem, o filho, Sébastien, está com seu pai em um dos seus restaurantes localizado em um Hotel no Japão (Figura. 12). O processo criativo de Sébastien nutre-se, portanto, de outras culturas. Novos ingredientes e novos modos de apresentação emergem, portanto, para ingredientes típicos da culinária japonesa.

Neste aspecto, pode-se considerar que a tradição da culinária francesa proposta por Michel Bras está aberta a novas propostas, expandindo-se e valendo-se do encontro de culturas, no que se refere à gastronomia. Trata-se de uma tradição que se firma também pelos diálogos com outras tradições.

Figura 12- O processo criativo no encontro com a culinária japonesa



Fonte: STEP UP to the plate. Direção de Paul Lacoste. Laguiole, Aubrac, França: Cinema Guild, Jour 2 Fête. 2012. 1 dvd (90 minutos) French Dolby Digital, son, color, leg.

A cena mostra que o filho utiliza mochi, ingrediente típico da culinária japonesa. Na cena, Sébastien reproduz o prato anteriormente testado pelos chefs japoneses para a aprovação de seu pai, que desta vez não pode opinar, segundo a ordem do filho. No canto da tela, o pai se mostra curioso, com o corpo ligeiramente encurvado, aparentemente interessado em observar a preparação do prato. Diversos itens, ingredientes e utensílios podem ser observados sobre a bancada de trabalho mostrando a complexidade e quantidade de elementos necessários à composição de um único prato.

A ambiência construída pelos objetos que compõem a cena, nas suas cores, texturas e disposição contribuem para produzir, possivelmente, nos usuários/espectadores, sensações vinculadas à limpeza, tranquilidade, sabor requintado, suavidade, zelo e dedicação. Vejamos o teste (Figura. 13)

Figura 13– O teste



Fonte: STEP UP to the plate. Direção de Paul Lacoste. Laguiole, Aubrac, França: Cinema Guild, Jour 2 Fête. 2012. 1 dvd (90 minutos) French Dolby Digital, son, color, leg.

Nesta cena (Figura. 13), percebe-se a inquietação do filho em relação à aprovação do prato. Anteriormente a esta cena, pelo diálogo, percebe-se a preocupação do pai em saber dos elementos que compõem o prato e em que proporção entram na composição, pois segundo ele, é preciso saber, antecipadamente, o que se vai provar. Aí, percebe-se a importância de que o chef tenha um conhecimento acumulado sobre os sabores, texturas, aromas e outros aspectos dos ingredientes que compõem um prato. Antes de comer, segundo o pai, deve-se refletir e pensar sobre aquilo que se come.

É notável, na cena, a delicadeza com que o pai prova a comida, que acaba ressaltando o quão crocante está o alimento preparado. Sensações perceptíveis ao usuário/espectador. Mas vejamos como se dá continuidade ao gosto pela culinária e a aprendizagem de modos peculiares de praticá-la, desde a infância (Figura. 14).

O recorte (Figura. 14) mostra a cozinha, não a do restaurante, mas da sua própria casa, que recebe o chef. As paredes, com grandes pedras, apresenta também um painel com fotos da família e um suporte com vasilhames de temperos; bandeja de frutas e utensílios domésticos

estão dispostos livremente sobre uma bancada e a imagem do chef Bras e do neto, um ao lado do outro, vistos de costas, constrói uma ambiência agradável e impregnada de afetividade.

Figura 14– De pai para o filho... para o neto



Fonte: STEP UP to the plate. Direção de Paul Lacoste. Laguiole, Aubrac, França: Cinema Guild, Jour 2 Fête. 2012. 1 dvd (90 minutos) French Dolby Digital, son, color, leg.

As cenas próximas do recorte alternam-se com Sébastien observando-os. Neste ambiente doméstico, o chef não dispensa o cuidado com os utensílios e a técnica ao fatiar o pão e dispor as fatias na bandeja. Novamente, desde a infância, o neto convive com os conhecimentos do avô, o que pode contribuir manter a tradição.

Por fim, tomamos cenas que exibem um dos pratos e a sua preparação (Figura. 15 e Figura.16). As cenas iniciais do filme mostram a preparação do Gargouillou. Nelas, os legumes, folhas, brotos, frutas e flores alcançam o prato como que embalados pela som da voz do chef, pela música e pela suavidade dos ingredientes. Ao final, uma mistura de cores e leveza, que parece ir para além do prato, talvez buscando o ambiente externo, a natureza.

O Gargouillou é um prato cuja aparência – que vem com a cor, a leveza, a textura e o arranjo dos ingredientes no prato -, bem como o sabor, variam a cada estação do ano. Trata-se de um prato sazonal, pois é elaborado com o que a natureza oferece a cada estação do ano e os

ingredientes são os que germinam nos arredores do restaurante. Na descrição do prato, feita pelo chef, nota-se que este trata cada um dos ingredientes com atenção especial, pois menciona, por exemplo, “a rosa branca desta manhã”.

Figura 15- O *Gargouillou*



Fonte: STEP UP to the plate. Direção de Paul Lacoste. Laguiole, Aubrac, França: Cinema Guild, Jour 2 Fête. 2012. 1 dvd (90 minutos) French Dolby Digital, son., color., leg.

Na próxima cena (Figura. 16), Sébastien está dispondo no prato os itens que irão compor o *Gargouillou*.

Figura 16– No preparo do *Gargouillou*



Fonte: STEP UP to the plate. Direção de Paul Lacoste. Laguiole, Aubrac, França: Cinema Guild, Jour 2 Fête. 2012. 1 dvd (90 minutos) French Dolby Digital, son, color, leg.

Nota-se que a composição do *Gargouillou* segue o movimento da vida das plantas (semente, folhas, flores e frutos): grãos germinados no centro, seguidos das essências que vão colorindo a louça; depois são colocados legumes, levemente cozidos para preservar sua coloração, nutrientes e texturas; em seguida, um *bouquet* de ervas aromáticas e flores da estação e frutos.

A cena, que se dá numa cozinha industrial, impregnada de brancura e prateada, propicia sensações vinculadas à limpeza, à ordem, à organização, aspectos que são acentuados pelo grau de concentração dos cozinheiros. O material dos utensílios da cozinha, das bancadas, dos armários, dos fogões e fornos, em material prateado, que lembra o metal, portanto, acentua a pureza do local, do prato, da culinária praticada. “Branca e luminosa, a prata é igualmente símbolo de pureza, de toda espécie de pureza” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2008, p. 739).

Assim, em linhas gerais, via recortes do documentário, a culinária do chef Bras vem envolta em requinte e sensações de leveza, organização e enfatizando a integração à família e ao ambiente.

4. 2 O que vem sobre a culinária do chef Bras com os vídeos disponibilizados no Youtube

O vídeo⁴, denominado Gargouillou, um recorte do documentário feito por Paul Lacoste, *Entre les Bras, la cuisine en heritage*, de 2012, tem como foco o prato mais emblemático do chef de cozinha Michel Bras, o *Gargouillou* (Figura. 17).

Figura 17- *Gargouillou*



Fonte: Paul Lacoste, *Entre les Bras*, 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UWqVRCNfEV8>>. Acesso em: 05 jan. 2016.

Trata-se de um prato quente, com legumes, brotos, niac's, folhas e flores. O fazer culinário envolvido na concepção do *Gargouillou* constitui um diferencial da culinária de Michel Bras.

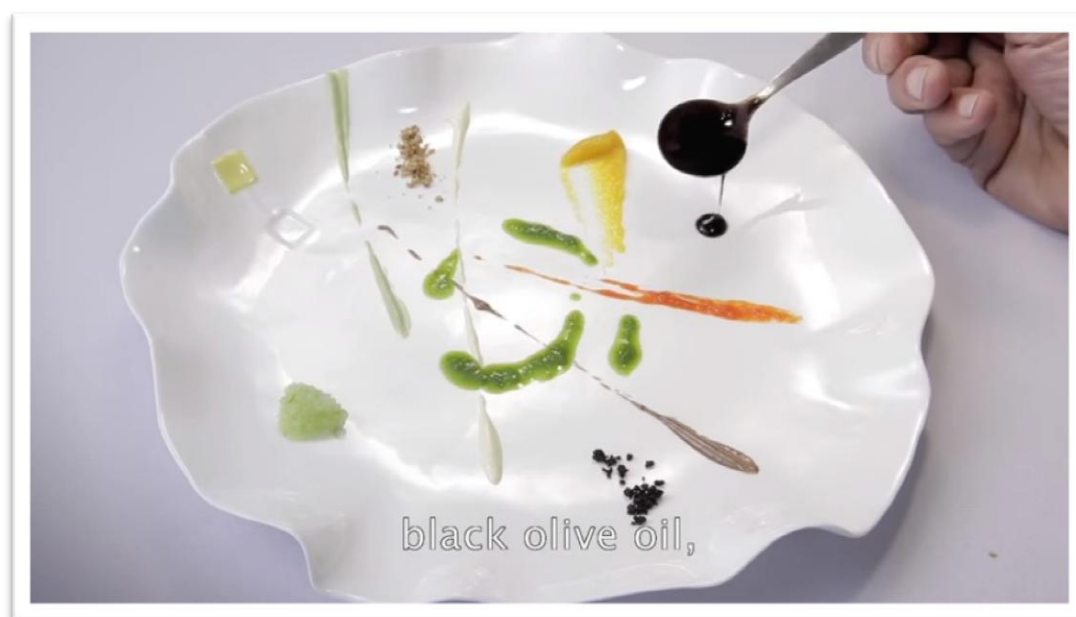
No vídeo, a elaboração do prato é acompanhada com música instrumentada, preponderando o som do piano e com a voz do chef ao fundo. Ocasionalmente, a mão do chef pode ser vista, dispondo os ingredientes no prato, ou sobre uma louça de cerâmica branca. A louça, pela sua cor e forma, conforme Farina (2000), permite associações à pureza, simplicidade e harmonia; enquanto as formas, bordas onduladas, permitem que o intérprete a associe à topografia de Laguiole, local em que está localizado o restaurante, com morros, riachos, vales e florestas, declives e aclives.

Os ingredientes que compõem o prato, não respeitam suas margens, pelo contrário; eles se expandem transpondo as limitações da louça, são como elementos vivos e vibrantes. A grande variedade de cores, formas e texturas dos ingredientes, num formato irregular e em expansão, levam o intérprete a associar este arranjo a frescor, vivacidade.

⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UWqVRCNfEV8>>. Acesso em: 05 jan. 2016.

Acompanhando as cenas, na sequência da composição do prato, primeiramente vem os “niac’s” (Figura. 18), que são as essências, condensadores de sabor com diversas formas, cores e texturas, do líquido como o óleo de azeitona preta, passando pelo pastoso, como os purês de pimentão vermelho, amarelo e de capuchinha e chegando ao sólido arenoso, como novamente o pó de azeitona preta.

Figura 18– Arranjo dos *niac’s*



Fonte: Paul Lacoste, Entre les Bras, 2012. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=UWqVRCNfEV8>>. Acesso em: 05 jan. 2016.

Os niac’s são responsáveis pelas explosões de gosto: o ácido, amargo, doce e salgado. Eles também simbolizam os riachos e lagos presentes em Laguiole. Em seguida, são dispostos os grãos germinados, que indicam a germinação das plantas nas estações do ano, são eles os primeiros vestígios de florescimento da vida vegetal. Posteriormente o chef segue dispondo legumes, tubérculos e vegetais diversos, em diversos formatos, valorizando seu aspecto e sabor natural. A cenoura, por exemplo, é cortada, no sentido longitudinal dando fluidez ao seu formato original e parte de sua folhagem será mantida. (Figura. 19).

Figura 19- Le Gargouillou: legumes



Fonte: Paul Lacoste, *Entre les Bras*, 2012.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UWqVRCNfEV8>>. Acesso em: 05 jan. 2016.

Na sequência vem as folhas das plantas, que agregam cores, formas, texturas e novos sabores (Figura. 17). Algumas plantas não são comumente consumidas no dia a dia, como no caso da folha da flor de capuchinha, folha da cenoura, ou mesmo da beterraba. Nota-se aqui que todos os elementos que compõem determinado alimento até sua germinação são selecionados para o prato. Tudo passa a ser um alimento, tudo nutre, desde as raízes até as flores e frutos, desde as formas diversas até as cores, desde as texturas mais lisas às mais rugosas.

Por fim, as flores e frutos, que agregam novos sabores, cores e leveza ao prato (Figura. 17). Os gestos do chef e o movimento dos elementos que o compõem seguem o ritmo da natureza, como o das folhas que caem e de frutos que se desgarram dos galhos, em consonância com o ritmo da música.

Outro vídeo, denominado *Invention de la Cuisine*⁵, o segundo entre quatro selecionados, é o mais antigo. Ele é um entre uma série de vídeos sobre restaurantes de chefs renomados na França, realizados pelo diretor Paul Lacoste, com o propósito de enfatizar o que os fazem tão notórios no cenário gastronômico mundial. O diretor busca apresentar o trabalho de criação destes profissionais, mostrando-os na sua tarefa cotidiana.

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gQ_zMnxR9z8>. Acesso em: 05 jan. 2016.

Michel Bras participa desta série e é tratado como o chef dos legumes. O filme inicia-se com a voz a voz do chef e mostrando um de seus colaboradores caminhando até o refrigerador que, uma vez aberto, mostra diferentes tipos de ervas, verduras, legumes e folhas. A câmera corta e segue para a figura do chef de cozinha que esta dispondo em sua bancada de trabalho uma enorme variedade de legumes (Figura. 20). Ele identifica cada um dos legumes. Há vários legumes de uma mesma família, ou seja, vários tipos de cenoura, de repolho.

Figura 20-Legumes/Michel Bras



Fonte: Paul Lacoste, *L'invention de la Cuisine*, 2006. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=gQ_zMnxR9z8&list=PLixEBWSTrYTri_c6aFtfKk3q1d8Aa6HWV>.
Acesso em: 5 jan. 2016.

As cenas intercalam-se com tomadas do campo, de montanhas e riachos, próximos ao restaurante. Com isso o filme coloca o intérprete em sintonia com a região e exhibe a sintonia da culinária do chef com a produção agrícola desta região. O chef enfatiza que determinados alimentos podem e devem ser consumidos de modos diferentes. Às vezes, um tipo de legume pode ser cortado em diferentes partes, para assim, por meio de um preparo diferenciado, alcançar o melhor sabor, a melhor textura. Exemplifica-se: um salsão se cozido, terá diferentes pontos de cocção para suas raízes, talos e folhas, sendo assim, cada parte necessita de corte e cocção diferentes.

A explicação do chef se dá enquanto a imagem muda para a figura de um mapa da região da França, em que se localiza Laguiole, posteriormente a câmera de filmagem acompanha o trajeto de um riacho e o som se cede lugar ao da água corrente.

A ideia de movimento da água corrente pode ser observada na fluidez da elaboração de muitos pratos do chef, com traçados e pinceladas de molhos pelo prato. Os pratos à base de peixe apresentam esses tracejados que simbolizam o ambiente de vivência do animal. O chef demonstra com isso certa atenção à natureza e ao ambiente que cada componente do prato. No filme, seguem cenas em que diversos recipientes de alumínio são preenchidos com os legumes já pré-cozidos (Figura. 21), para assim a padronização dos pratos.

Figura 21- *Mise-en-place* Gargouillou



Fonte: Paul Lacoste, *L'invention de la Cuisine*, 2006. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=gQ_zMnxR9z8&list=PLixEBWSTrYTri_c6aFtfKk3q1d8Aa6HWV>.
Acesso em: 05 jan. 2016.

Nas cenas finais, o chef Michel Bras enfatiza o modo de preparação de seus pratos, que provocam efeitos sensoriais e gustativos. O chef mais uma vez ressalta as nuances de seus pratos, em particular o *Gargouillou*.

O filme, *Michel Bras at the Apartment*⁶, mostra no início, uma cena em que o Chef Michel Bras, seu filho Sébastien e o Sous-Chef Régis planejam o menu, ou a sequência de pratos, que será servido em um jantar, num apartamento em Nova Iorque. O apartamento é amplo, com pé direito elevado, paredes com tijolos expostos e parte elétrica à mostra. Trata-se de um apartamento construído, talvez, em um galpão industrial, tanto que não há separação entre cozinha, salas de jantar e de estar. O ambiente apresenta uma profusão de cores, formas e texturas. Os móveis da cozinha, a maioria tendem ao cinza prateado, pois são de aço inox, sugerem limpeza, higiene e requinte (Figura.22). Os personagens também vestem roupas brancas, o que acentua os efeitos vinculados à higiene, ordem, harmonia, uma vez que, conforme Farina (2000), a cor branca pode ser associada afetivamente a esses aspectos.

Figura 22- A cozinha em cena



Fonte: Michel Bras At the Apartment- Stefan Bublil + Food and Wine + Kai Knives. 2009.
Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ccvTZS5hcw>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

A madeira se faz presente tanto no piso rústico como no balcão em que o chef prepara os alimentos, o que faz o ambiente mais acolhedor, aconchegante. As cenas mostram a habilidade e familiaridade no manuseio dos alimentos, na elaboração dos cortes e nos

⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ccvTZS5hcw>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

porcionamentos. As cores verde e vermelha dos alimentos e os instrumentos de cozinha, dispostos sobre a bancada, compõem a cena (Figura. 23).

Figura 23- A bancada com legumes



Fonte: Michel Bras At the Apartment- Stefan Boubilil + Food and Wine + Kai Knives. 2009.
Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ccvTZS5hcw>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

O jogo do vermelho com o verde acentua a sensualidade, pois conforme Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 939), o verde é uma cor feminina e o vermelho, masculina, ou ainda, o verde é tranquilizante, refrescante e tonificante, enquanto o vermelho incita à ação e lança seu brilho sobre as coisas com uma força irredutível. A cor prateada dos utensílios de cozinha, dispostos sobre a bancada, agrega pureza, pois segundo Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 739), branca e luminosa, a prata é igualmente símbolo de pureza”.

A música que acompanha as cenas, no início, sugere inquietação como a que parece anteceder um momento importante. Em seguida, vem para a cena, os pratos, o grande momento do jantar, assim que o filme mostra o corte onde se lê: 6:00 pm. Os pratos tomam a cena (Figura. 24), embalados por uma música suave, ao som de um piano, construindo uma ambiência alegre e tranquila.

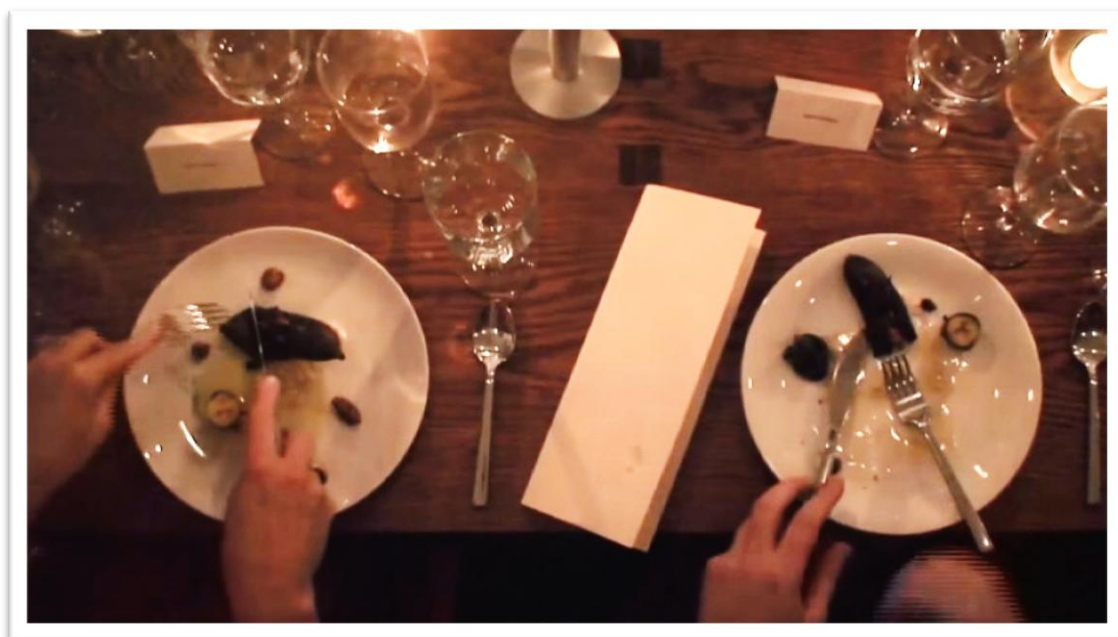
Figura 24- Empratados



Fonte: Michel Bras At the Apartment- Stefan Boubil + Food and Wine + Kai Knives. 2009.
Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=ccvTZZS5hcw>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

A câmera capta o prato visto de cima, como se a câmara estivesse sobrevoando a mesa. Os convidados são apresentados pelos nomes nos lugares a eles reservados. Talheres, louças e taças e demais artefatos sugerem leveza, delicadeza e requinte (Figura. 25).

Figura 25- Menu disposto



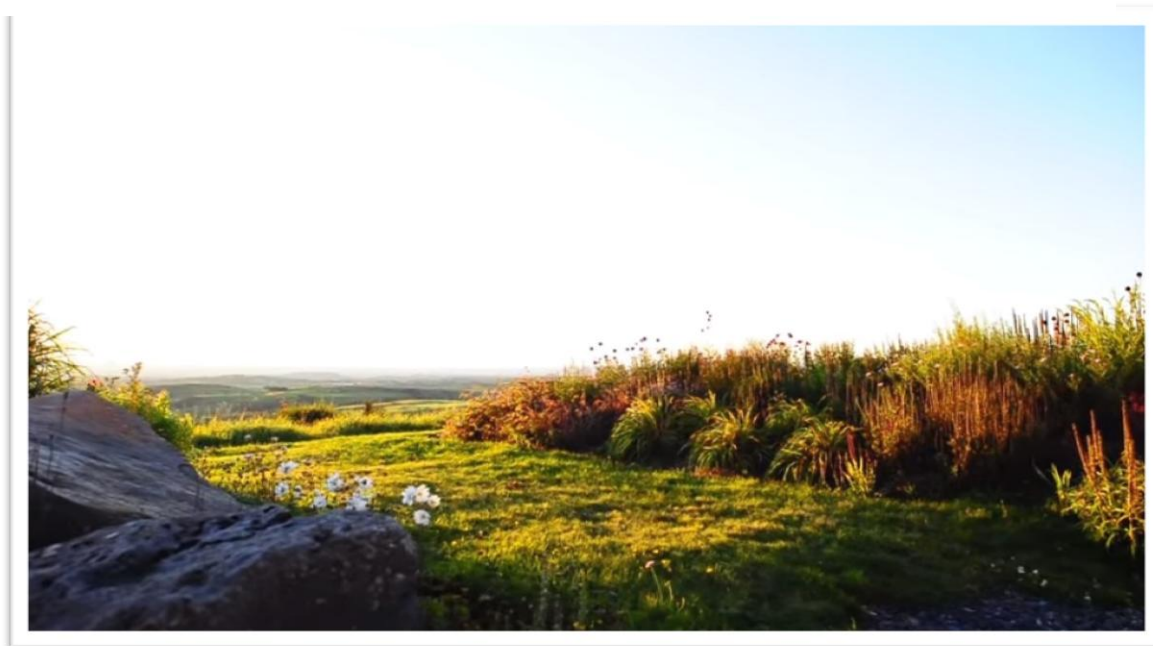
Fonte: Michel Bras At the Apartment- Stefan Boubil + Food and Wine + Kai Knives. 2009.
Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=ccvTZZS5hcw>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

As cores, as texturas e o arranjo destes aspectos ganham destaque com o branco da louça e dos guardanapos, com a transparência fina das taças e o prateado dos talheres. A *mise en scene* fica completa quando as pessoas interagem e apreciam a boa comida em boa mesa.

O filme *Restaurant Bras Laguiole 99 sur 100*⁷ inicia mostrando a vivacidade do campo, nas proximidades do restaurante do Chef Bras (Figura. 26), construído no alto de uma montanha, na cidade de Laguiole, sul da França, que tem cerca de 1.200 habitantes. As cenas mostram o campo verde com flores nas cores amarela, branca e lilaz. No inverno, estes campos dão lugar a uma paisagem imensamente branca.

⁷ Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=ccvTZZS5hcw>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

Figura 26- As montanhas e paisagens nas cercânias do restaurante Bras



Fonte: Thomas Cabrol TV 2011

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=v2llySpeNfo>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

As cenas seguintes vão para o interior do restaurante e os pratos são apresentados um a um, seguindo a sequência do menu apresentado ao cliente. As imagens colocam em destaque o design do prato, ressaltando as cores e texturas que o compõem. As pessoas são postas ao fundo, em imagem desfocada. O filme exibe uma ambiência agradável e de interação entre as pessoas.

Quando a câmera toma a área externa do restaurante e depois o salão, a música *All Right*, da banda britânica Jamiroquai, invade a cena. Com isto, uma ambiência de descontração se instaura. Primeiramente chegam “*les oeuf en coque*”, ovos cozidos juntamente com creme de leite. Abaixo da preparação culinária, vem uma folha em papel manteiga, que traz impresso um poema elaborado pelo próprio Michel Bras e que expressa sua hospitalidade para com o convidado.

A câmera capta os pratos dispostos na mesa, sob diversos ângulos, permitindo que o intérprete o observe assim como um espectador quando diante de uma obra de arte (Figura.27). Ele também vem à cena quando consumido (Figura.28).

Figura 27- *La Puree de potimaron, champignons fricoide glaciale*



Fonte: Thomas Cabrol TV 2011

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=v2lyySpeNfo>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

Figura 28- *La Puree de potimaron, champignons fricoide glaciale* sendo consumido com colher



Fonte: Thomas Cabrol TV 2011

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=v2lyySpeNfo>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

Isto instiga o intérprete – a viver a mesma experiência. O jogo de cores, formas, texturas embalados pelo movimento que a câmera imprime o incita a imaginar como seria a experiência de saborear o prato em cena.

O filme mostra uma culinária vinculada à terra, às cores e aos sabores que ela propicia e que vem à mesa num arranjo sofisticado de formas, cores e texturas. Isto porque os pratos são servidos ao usuário virtualmente, no entanto, a nota de 99 (noventa e nove) de 100 (cem) reforça a imaginação do usuário, pois quem teve o prazer de saboreá-los aprovou.

4.3 O que vem com a análise de imagens do livro *Bras: Laquiole Aubrac*.

O livro que recebe o sobrenome da família francesa Bras é de autoria do chef francês Michel Bras e intitulado *Bras. Laquiole. Aubrac*. Lançado pela editora Rouergue, em 2002, o livro original encontra-se em francês, com cópia traduzida ao inglês. As fotografias dos pratos que constam no livro são de autoria de Michel Bras e Christian Palis. As receitas, por sua vez, são de Michel Bras e seu filho Sébastien Bras. Os poemas que acompanham as receitas são de elaboração do próprio chef Michel Bras e de Patrick Mialon.

Encontramos no livro um total de oitenta e três fotos de pratos de comida, sendo cinco de aperitivos, cinco fotos de sopas, quinze de entradas, dezesseis de pratos de peixe, onze fotos de pratos de legumes, quinze de carnes vermelhas e de caça e dezesseis fotos de sobremesa, distribuídas em 264 páginas. O autor apresenta receitas aplicadas no restaurante em meio a outros recursos, além das receitas, que apresentam o *terroir* da região em o restaurante está localizado.

Considerando cinco as categorias: entrada, sopa, peixe, carne e sobremesa, selecionamos fotos dos seguintes pratos: *Coque-mouillettes* (Ovos moles mexidos), *Le Coulis d'asperges du Languedoc à couler sur une mousse de lait* (Coulis de aspargos da região de Languedoc sobre uma mousse de leite); *L'ombre et la lumière* (Sombra e a luz); *La Côte de Boeuf fermier* (Carne do campo) e *Le biscuit de chocolat coulant: crème double glacée et café léger* (Bolinho de chocolate com calda derretida de chocolate: sorvete de creme e uma redução de café).

4.3.1 Análise de *Amouse Bouche*, *Coque-mouillettes*

Os *Amouse Bouches*, ou pequenas entradas que são servidas em colheres de prata, expressam nitidamente seu propósito em um menu francês. Trata-se do alimento que irá ocupar o tempo ocioso que o comensal tem para decidir por um menu e o tempo de espera até a chegada do primeiro prato à mesa. Eles são geralmente compostos de pequenas preparações de uma a três bocadas, no máximo, às vezes servidos para se consumir com a mão. Optamos por escolher *coque-mouillettes* (Figura. 29), preparação que consiste em ovos moles cozidos e servidos na própria casca.

Figura 29– *Coques-mouillettes*

Fonte: Bras (2002, p.19)

Sob um olhar que busca aspectos qualitativos na imagem, podemos dizer que ela exhibe formas arredondadas e a disposição delas sugere uma região circular, com uma delas demarcando o centro. Há ovóides alaranjados, ligeiramente amarronzados/alaranjados, apoiados sobre suportes cilíndricos prateados, esferas negras, em cacho ou isoladas, e outras, em forma de paralelepípedo, porosas e flexíveis, apoiadas sobre as ovóides. A mistura de tons amarronzados e texturas diferenciadas, aliadas às formas arredondadas, incitam a contemplação e a curiosidade. Nos instantes em que o intérprete move o olhar pela imagem e se põe à deriva, embalado por conjeturas, esta faz-se sinsigno icônico remático. Os *amouse-*

bouches dão início a uma jornada gustativa, logo, devem instigar o comensal para o que está por vir. Assim, nesse sentido, o arranjo de formas, cores e texturas visto cumpre este papel, principalmente em relação ao aspecto visual da preparação.

Esses instantes são quase que imperceptíveis, pois o fato da imagem estar no livro mencionado prepondera e pode levar o intérprete à observação, principalmente se sua experiência colateral, repertório estiver vinculada à culinária. Daí os aspectos descritivos podem vir com riqueza de detalhes.

Observando a imagem, à primeira vista, podemos dizer que os seis ovos com casca recebem diferentes complementos. As partes em forma de paralelepípedo, postas sobre os ovos, que estão em suportes prateados em forma cilíndrica, são formadas por bastões de diferentes tipos de queijo e pão.

A começar pelo canto inferior direito, o ovo deixa à mostra a superfície do seu conteúdo, uma superfície com grânulos pequenos, espumada, em tom alaranjado. A casca de maçã, em forma de anel, ao lado do ovo, sugere que o conteúdo foi preparado com maçã. À direita está um pedaço pequeno de pão rústico com queijo *bleu*, ou queijo azul. A luz incide sobre o queijo e coloca as suas manchas em evidência. Pode-se ver também, refletido nas paredes do suporte, os acompanhamentos, a casca de maçã e o queijo com pão, em formatos distorcidos. A outra face do pão fica à mostra e exhibe o seu interior, de coloração mais clara, de onde pode-se constatar que se trata de pão *campagne*, um pão caseiro rústico, que geralmente tem casca grossa e rígida e interior ácido, devido à fermentação natural. Nota-se que o queijo possui uma borda que chamamos de molde, que modula o queijo percorrendo todo seu formato e esse pedaço foi tirado com todos os aspectos do queijo: as bordas que possuem contato direto com o ambiente; a primeira camada interna que possui aspecto mais aveludado e cremoso e o meio-interior, com coloração verde, gerada pela ação de fungos e bactérias, que dão o aroma e o sabor característico desse queijo.

O outro apresenta-se com dois acompanhamentos em contato com a casca, uma película muito fina e translúcida, que se assemelha a uma *tuille*, ou telha, preparação culinária francesa fina e crocante, com aspecto de pão ou biscoito. Em tom amarelado, a película sai do orifício da casca e segue até percorrer toda a extensão do orifício do ovo até se apoiar sobre a superfície branca, utilizada para capturar a imagem. Há também uma ponta de flor de cebolinha (nirá), com caule verde escuro e delicadas flores brancas na extremidade. Ela também percorre toda a extensão da casca e parte dela é utilizada para cobrir a superfície do conteúdo do ovo à mostra. A casca, na lateral esquerda, recebeu uma pincelada de um pó de

condimentos diversos, que assim deixa à mostra os ingredientes que compõem o *tuille*. A casca do ovo sofreu uma intervenção, ou seja, foi redesenhada pelo chef.

Acima do lado esquerdo, outra preparação. Esta apresenta o pão sobre o ovo. Há também ao lado, em forma de cacho, ou isolada e apoiada na casca, como se estivesse pendurada, uvas de coloração escura. Ao redor do ovo e sobre a superfície branca há sementes de lavanda. A lavanda é amplamente utilizada na França, mesmo na gastronomia, por seu aroma intenso e a flor lilás. A disposição dos acompanhamentos, formam uma composição agradável ao olhar (Figura. 30).

Figura 30– A disposição dos componentes do *Coques-mouillettes*



Fonte: Bras (2002, p.19)

Utilizamos de traçados vermelhos e verdes para enfatizar os ângulos envolvidos na disposição dos ingredientes. Os traços verdes mostram o alinhamento dos ovos, enquanto os vermelhos, o alinhamento dos bastões de pão. Nota-se o cuidado do chef com a disposição dos ingredientes, que não utiliza ângulos retos se tomarmos como base o tracejado preto (eixo

Y), na fotografia, ou mesmo se traçarmos uma reta no eixo X na horizontal. Nesses momentos, a imagem, faz-se sinsigno indicial dicente.

Estes aspectos apresentados são pistas que permitem buscar aspectos simbólicos engendrados na imagem, ou pela composição do prato. Vejamos o que estas pistas colocam à tona. A cor alaranjada/amarronzada, devido aos simbolismos atreladas às cores alaranjada e marrom, pode levar o usuário/intérprete a associar a imagem, ou o prato, no caso, ao prazer, à sensualidade, ao vigor, à resistência. Conforme Farina (2000), a cor alaranjada, afetivamente, pode ser associada à euforia, à alegria, ao prazer; enquanto a cor marrom pode ser associada à resistência, ao vigor. “A meio caminho entre o amarelo e o vermelho, o alaranjado é a mais actínica das cores. Entre o ouro celeste e o vermelho ctônico, esta cor simboliza antes de tudo o ponto de equilíbrio entre o espírito e a libido.” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2008, p. 27). O jogo de luz que leva o alaranjado ao encontro do branco, do amarelo ou do amarronzado, abrandando-o, para que assim não se tornar símbolo, neste contexto, da luxúria.

A disposição das cores, segundo Farina (2000), alaranjada, verde (na salsinha sobre a superfície de um dos ovos e lilás (com a lavanda) se harmonizam, o que propicia a contemplação e provoca, no usuário/intérprete, sensações atreladas à harmonia, ordem, tranquilidade.

Os pontos negros presentes na imagem, considerando-se o simbolismo atrelado a esta cor, a de que indica “a fase inicial de uma evolução progressiva” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2008, p. 633), marca, portanto, o início de uma jornada degustativa.

O jogo estabelecido com formas, cores e texturas faz com que esta composição seja vista como um objeto do design. Nestes momentos, a imagem é um sinsigno, enquanto réplica de legissigno, pois a semiose é guiada pelas especificidades do processo de criação do chef Michel Bras.

4.3.2 Análise de *Le Coulis d'asperges du Languedoc à couler sur une mousse de lait*

Iniciemos com os aspectos qualitativos (Figura. 31).

Figura 31– *Le Coulis d'asperges du Languedoc à couler sur une mousse de lait*



Fonte: Bras (2002, p.143)

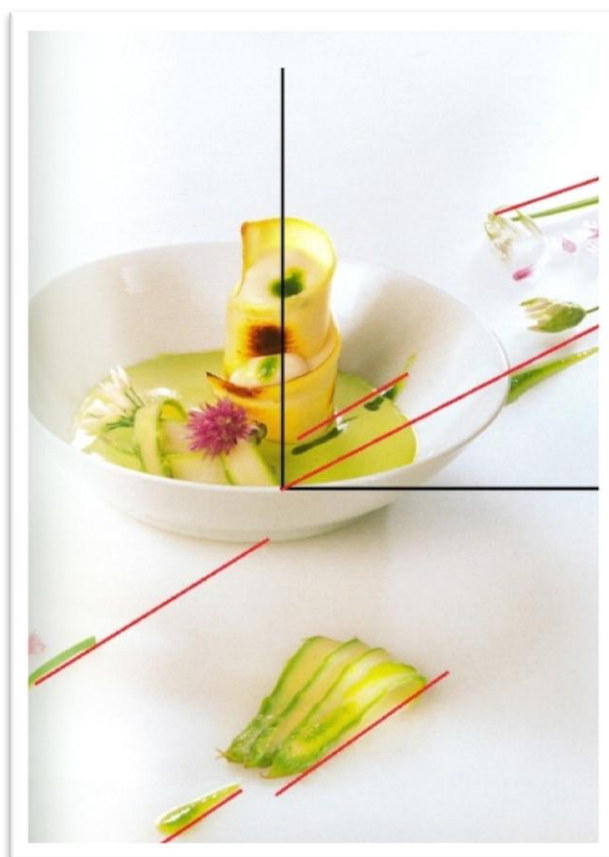
Os filamentos amarelados, em forma espiralada, sobre uma superfície levemente esverdeada, sugerem leveza e suavidade. A cor branca associada à simetria na distribuição dos complementos, sugere ordem, harmonia. As flores postas sobre lâminas finas e dispostas na superfície esverdeada, bem como um filamento delgado e verde, num tom mais escuro, também sobre a mesma superfície, completa o arranjo de cores, formas e texturas. Por uma fração mínima de tempo, o usuário/intérprete pode permanecer envolvido por este jogo de cores, formas e texturas, em contemplação. Assim, a imagem se faz sinsigno indicial remático. São os aspectos sensoriais vinculados ao arranjo de cores, formas e texturas que provocam efeitos remáticos, no caso, expressões que revelam o desejo de sentir a textura e o sabor, ou conjeturas sobre o sabor dos filamentos ou do caldo, ou sobre a aparência de um desenho sobre uma superfície branca.

No prato, *coulis* de aspargos da região de Languedoc sobre uma mousse de leite, os aspargos são utilizados em finas lâminas passadas por uma mandolin, instrumento de corte na cozinha profissional, possibilitam a elaboração de uma forma espiralada e colocada sobre o caldo levemente esverdeado, suave e denso ao mesmo tempo. O *coulis* é uma preparação culinária, que com a liquidificação dos ingredientes, até uma consistência entre sopa e purê. As pequenas flores, branca e lilás, sobre filamentos de aspargo, soltos sobre o caldo, ao lado da coluna espiralada, bem como um filamento esverdeado, de azeite, são os complementos internos. A flor de alho, branca, colocada sobre a lâmina de aspargo, com formas pontiagudas, revelam a aspereza bruta do rochedo. A espiral de *tuile au lait*, uma espécie de biscoito de massa fina feita de leite, está posta no centro do prato e vem preenchida com mousse de leite e gotas de óleo de ciboulette. Externamente, estão aspargos em lâminas, óleos de ciboulette (cebolinha, porém mais fina) e flores, complementos dispostos de modo a formar um ângulo de 45°, como mostra a imagem (Figura. 23).

Quando o usuário/intérprete descreve a imagem, identificando o prato, a imagem se faz sinsigno indicial dicente. Considerando-se os aspectos qualitativos mencionados que impregnam a imagem (o prato) a imagem incita novamente o usuário/intérprete à contemplação.

Ao associar o prato às especificidades do chef Bras, a imagem – sinsigno – atua como uma réplica de um legissigno, uma vez que a semiose se dá guiada por aspectos vinculados ao fazer do chef em questão. As cores, texturas e formas são pistas para este olhar que busca capturar regras, normas, convenções.

Figura 32–*Le Coulis d’asperges du Languedoc à couler sur une mousse de lait*



Fonte: Bras (2002, p. 37)

O tom esverdeado pode levar o usuário/intérprete a associar a paisagem à natureza, pois o verde, cor que está entre o azul e o amarelo, é a cor do reino vegetal. Nas palavras de Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 938):

O verde, valor médio, mediador entre o calor e o frio, o alto e o baixo, equidistante do azul celeste e do vermelho infernal – ambos absolutos e inacessíveis – é uma cor tranquilizadora, refrescante, humana. A cada primavera, depois do inverno provar ao homem de sua solidão e sua precariedade, desnudando e gelando a terra que ele habita, esta se reveste de um novo manto verde que traz de volta a esperança e ao mesmo tempo volta a ser nutriz. O verde é cálido.

Vale lembrar que na paisagem corporificada no prato, o verde que é cor de água, faz-se água numa textura lisa e densa. O verde, segundo Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 939), é

“tranquilizante, refrescante e tonificante”. Assim, a sopa, por ter esta cor, não deixa de agregar o aspecto “restaurador”.

O amarelo impregna suavemente o tom esverdeado e agrega vigor e torna a terra presente. Intensifica os vínculos com a natureza, portanto. Conforme Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 40), o amarelo é “a mais quente, amais expansiva, a mais ardente das cores”, logo, na imagem, ela contribui para que o olhar do usuário/intérprete rompa as fronteiras do prato e redesenhe a paisagem posta pelo chef.

Vale lembrar que o Restaurante Bras está localizado em Laguiole, Sul da França, mais especificamente na região de Aveyron. A cidade, com uma população de 1200 habitantes, possui relevo acidentado, com solo de pastoreio. A neve é uma constante na paisagem, de novembro a janeiro. As construções da cidade são edificadas com pedras grandes, os telhados são escuros, para captar mais luz.

Para o usuário/intérprete, “ver” ou “saborear” o prato corresponde a envolver-se com a paisagem. O sabor do caldo aliado à sua textura, além de tonificante, transfere leveza para o corpo. Efeitos agradáveis para o corpo, fruto da contemplação.

4.3.3 Análise de *L’ombre et la lumière*

Observando a reprodução fotográfica do prato *L’ombre et la lumière*, vemos que a imagem segue o mesmo enquadramento fotográfico dos outros pratos apresentados. Sobre uma superfície branca, a imagem parece ir além da página em branco do livro, assim como o design dos pratos parece extrapolar as fronteiras do prato (suporte) e alcançar o entorno, as especificidades do local em que está o restaurante, abarca os acidentes geográficos, a vegetação, os movimentos... a natureza ao redor.

Iniciemos com a busca pelos aspectos qualitativos do prato preparado com peixe (Figura. 33). Como o nome indica, o peixe vem envolvido em sombra e luz. A própria denominação almeja que o efeito do prato esteja vinculado aos efeitos dos aspectos qualitativos: sombra e luz. Assim, faz-se luz, a carne do peixe e a superfície em que ele é posto. Faz-se sombra, a crosta que o envolve e as manchas de molho, negras e circulares. Além do jogo sombra/luz há outras dualidades: animal/vegetal, sólido/líquido, granulado/pó, que brincam em meio a formas arredondadas. Estes jogos são convidativos, suscitam a contemplação. O usuário/intérprete pode permanecer envolvido nesse jogo, cujos efeitos vão

de expressões de admiração a conjeturas. A imagem pode fazer-se sinsigno icônico remático antes que este se dê conta que se trate de um prato à base de peixe.

Figura 33– *L'ombre et la lumière*



Fonte: Bras (2002, p.143)

Ciente disto e de posse de uma experiência que envolve conhecimentos de culinária, a descrição prossegue e a imagem faz-se sinsigno indicial dicente ou remático, dependendo dos efeitos que predominarem.

A sombra, ou a cor escura que envolve a carne do peixe, branca, quase translúcida, é fruto da intenção chef, resultado obtido com uma possível marinada, ou como resultado do

cozimento de algum caldo em que o peixe foi embebido antes de ir ao fogo. O peixe escolhido foi o *lotte*, cuja carne, após o cozimento, ganha uma cor extremamente pálida aproximando-se do branco.

Em meio a claridade da superfície em o prato foi montado, encontramos três regiões circulares, profundamente negras, de molhos. Com texturas diferentes, outras superfícies arredondadas espalham-se por entre as regiões negras. Umas compostas com grânulos de azeitonas negras, como poeira, e outras compostas com pó de gergelim, com textura arenosa e amarelada, cor da terra. Se há terra, sobre ela tomba-se o verde. Alguns legumes de um verde intenso apresentam-se tombados. Identificados, os aspectos contrastantes, sugerem frieza, aridez, mas incita à aproximação, convida o usuário/interprete a se envolver nesta paisagem. Assim, a imagem prepondera como um sinsigno indicial remático.

Outros efeitos virão ainda na seara do remático, mesmo que a imagem seja vista como sinsigno, mas como réplica de um legissigno, à medida que está impregnado de convenções, normas e especificidades da culinária do chef em questão. Outros aspectos vêm com os simbolismos vinculados aos contrastes de cores e texturas descritos.

Iniciemos pela interação entre o design do prato e o local em que vive o chef Bras. A culinária de Michel Bras, que envolve cores, flores e folhas de formatos distintos, nesse prato, rompe com estas escolhas. O jogo de cores preto/branco e verde/alaranjado, em menor proporção, nesse prato, causa inquietação quando o comparamos com outros. No entanto, ele foi elaborado levando em consideração a observação que o chef pratica no entorno do restaurante. O propósito de capturar a essência do local e corporificá-la na comida, não se faz somente na escolha de produtos locais e sazonais, mas com o arranjo dos componentes do prato sobre o suporte, desenhando uma paisagem. Ao caminhar pelas montanhas de Aubrac, o chef observava o movimento das sombras das nuvens sobre as planícies, lagos, florestas, riachos, vales e rochedos, que transporta para o prato, com as regiões negras e arredondadas, espalhadas na superfície branca.

As formas arredondadas, planas ou espaciais, sugerem movimento e são envolventes. Segundo Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 250), “o círculo é um ponto estendido; participa da perfeição do ponto. Por conseguinte, o ponto e o círculo possuem propriedades simbólicas comuns: perfeição, homogeneidade, ausência de distinção ou de divisão”. Ainda, como forma envolvente, “qual circuito fechado, o círculo é um símbolo de proteção, de uma proteção assegurada dentro de seus limites” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2008, p. 254). Neste sentido, o prato assim disposto sugere perfeição, é convidativo.

O branco pode ser associado, afetivamente, segundo Farina (2000), à ordem, à pureza, harmonia e estabilidade, enquanto o preto, à melancolia, à renúncia. No entanto, na imagem, o branco prepondera, brinca com as manchas arredondadas negras, permitindo que as associações vinculadas ao branco predominem. O verde, cor do reino vegetal, brinca com o branco, que com ele intensifica a seu poder tranquilizante, refrescante. Com isto, o prato sugere harmonia e frescor.

4.3.4 Análise de *La Côte de Boeuf fermier*

As cores vermelha, amarela e marrom escuro permeiam a imagem. Formas irregulares e arredondadas, amareladas e de diferentes texturas circundam uma forma regular, coberta por uma fina camada enegrecida, um delgado pedaço de carne *saignant* (Figura. 34).

Figura 34– *La Côte de Boeuf fermier*



Fonte: Bras (2002, p.137)

Este jogo de cores, formas e texturas, associado à carne bovina, leva o usuário/intérprete a sentir vontade de prová-la, de sentir o seu gosto⁸. Os pontos *saignant* e *a point* são comuns na culinária francesa. Na imagem, a carne bovina *saignant* vem com a superfície bem selada, termo culinário dado à carne que sofreu cocção, processo que provoca a reação *maillard*, ou a caramelização de açúcares e aminoácidos da proteína. Como consequência forma-se uma crosta enegrecida que reduz a saída de líquidos do alimento, preservando a maciez da carne e permitindo que as moléculas flavorizantes desenvolvam aroma⁹ peculiar.

A carne apresenta-se porcionada e fatiada sobre uma superfície branca. Ela revela diversas camadas de sabor. A superfície caramelizada e bem assada proporciona crocância ao alimento; cerca de meio centímetro abaixo, observa-se uma cor marrom clara, sinal de que o calor externo penetrou no alimento mudando a coloração da proteína, mas em menor escala. Esta camada, que detém menos umidade, permite exibir os ligamentos da carne vermelha e seus espaçamentos, pequenas cavidades que dão o aspecto tenro à carne. Abaixo nota-se um degradê, do marrom para o vermelho sangue, possível pelo fato de que o calor não penetra diretamente no centro da carne. Ele vem por meio externo e vai se deslocando até o centro, porém atinge-o em outra temperatura. As diferentes temperaturas formam diferentes camadas e colorações. A cocção também é necessária para o relaxamento de fibras, como as de colágeno que tendem a ser extremamente rígidas, porém com a ação do calor e do tempo de cocção elas se desnaturam e mudam sua formação molecular reduzindo a tensão fibrosa.

Deleuze (2009) quando trata de imagens cinematográficas explica os efeitos de uma coisa que adquire o caráter de rosto, ou seja, que aparece rostificada. Isto se dá quando a coisa apresenta dois aspectos distintos: uma superfície refletora, como a face avermelhada da carne, e micro-movimentos intensivos, o que encontramos quando o olhar percorre as diversas camadas da carne, descritas anteriormente. Segundo Deleuze (2009, p. 141), nestes movimentos há um poder puro que nos faz passar de uma qualidade para outra, “qualidade pura, isto é, um ‘qualquer coisa’ comum a vários objetos de natureza diferente.” A delgada fatia de carne – rostificada – chama a atenção, capta o olhar do usuário intérprete. Mostra-se suculenta e brilhante. A imagem, nestas circunstâncias, faz-se sinsigno indicial remático.

⁸ O gosto do alimento é percebido na boca pela ação das papilas gustativas localizadas na língua e pelo paladar, que depende das terminações nervosas livres nas superfícies da boca e da língua. O gosto pode ser doce, salgado, azedo, amargo e o paladar mostra a viscosidade, a temperatura, a picância.

⁹ A palavra aroma é usada para descrever odor, composto volátil que flutua no ar e prende-se às narinas. O odor é sentido pelo sistema límbico, camada do cérebro relacionada às emoções e à memória de longo prazo. Por isto o cheiro traz lembranças antigas.

Mas, há outros aspectos simbólicos que impregnam as cores e os movimentos dos filamentos de gordura e dos pedaços de cebola dourados, espalhados ao lado da carne, sobre a superfície branca. As cebolas também foram levadas ao fogo com casca para que pudessem ter seu interior preservado. O calor, no caso, atenua a acidez da cebola e transforma a sua textura crocante em macia pastosa. Elas estão dispostas isoladamente e cada uma delas foi cortada de um modo que permite revelar seu interior branco e límpido, apesar da casca tostada. O tostado da parte externa e a cebola inteira posta do lado esquerdo da carne, são indícios de que o alimento passou pelo calor do fogo, elemento carregado de simbologias. O fogo, conforme Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 443), “na qualidade de elemento que queima e consome, é também símbolo de purificação e de regenerescência”. Mas, o fogo tem uma significação sexual, pois conforme Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 442), isto se deve “à primeira das técnicas usadas para obtenção do fogo: por meio da fricção, num movimento de vaivém – imagem do ato sexual”. Assim, provar da carne é compartilhar momentos prazerosos e purificadores.

Se de um lado isto se dá pelos simbolismos do fogo, de outro, vem os vinculados à cebola, que passou pelas chamas e foi assim purificada, ou ainda, teve os seus aspectos afrodisíacos contidos. A cebola, conforma Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 217), é carregada de interpretações simbólicas, quer seja pela sua forma bulbosa, cheia de camadas, por isso associada à estrutura do ego; ou pelo forte cheiro que provoca sentimento de força vital; ou pelas virtudes afrodisíacas, tanto pela composição química como por provocar sugestões imaginativas.

A gordura, por sua vez, desempenha um papel fundamental na alimentação, pois ela contribui para agregar maciez e untuosidade ao alimento. Ela proporciona um paladar agradável, porém se em excesso encobre nossas papilas gustativas reduzindo assim a percepção do gosto. O chef, com a preparação deste prato, demonstra conhecimentos em relação a estes aspectos, pois toma uma carne “limpa”, sem grandes tecidos conjuntivos e pedaços de gordura. No entanto, no canto esquerdo da generosa fatia, observa-se uma linha vertical quase reta de coloração branco-amarelada. Trata-se de gordura ou banha de animal preparada para intensificar a maciez e agregar o gosto de gordura, na medida certa para intensificar o sabor da carne, que está disposta sobre um molho de aspecto branco-leitoso, preparado com manteiga e batata, o que incrementa o prato em termos de sabores, diversificando-os.

Para além do limite do prato, ou da superfície branca sobre o qual a comida se assenta, há os aspectos topográficos das cercanias do restaurante que se fazem presentes. O pedaço de

carne assemelha-se aos platôs da região. Eles podem apresentar ranhuras, vincos e rachos ocasionados pela ação da chuva (erosão) e do sol que alteram seu relevo, gradativamente, com o passar do tempo, assim como a carne se alterou quando foi exposta ao calor e como efeito vieram as diversas camadas. Assim, novamente, à luz do fazer do chef Bras, o prato extrapola as fronteiras de um prato e alcança as paisagens do entorno do restaurante e adentrar a carne é como adentrar o coração pulsante da terra, o mistério da vida, no vermelho, isto porque, como explica Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 944), o vermelho sangue, “é noturno, secreto e, em última análise, centrípeto, representa não a expressão, mas o mistério da vida”.

Quando então guiado pelas especificidades da culinária do chef Bras, a imagem, reprodução fotográfica do prato *La Côte de Boeuf fermier*, atua como uma réplica de um legissigno indicial remático, pois os efeitos permanecem na seara da sugestão.

4.3.5 Análise da sobremesa *Le biscuit de chocolat coulant: crème double glacée et café léger*

Le biscuit de chocolat coulant: crème double glacée et café léger é um dos pratos de sobremesa do chefe de cozinha Michel Bras, que compõem os menus apresentados em seu restaurante Bras e que consta no livro *Bras: Laguiole Aubrac*. A neve é constante na paisagem, de novembro a janeiro, na região em que está localizado o restaurante.

Assim, devido ao clima frio, o chocolate compõem muitos pratos do cardápio do restaurante Bras. O chocolate, produto derivado da planta de clima tropical, o cacaueiro, era cultivado na América. Após a colonização europeia da América, o chocolate passou a compor a alimentação dos europeus também. Michel Bras utiliza o chocolate em diversas preparações, no entanto, possivelmente a mais sofisticada e emblemática das sobremesas, é *Le biscuit de chocolat coulant: crème double glacée et café léger* (Figura. 35), ou simplesmente, *chocolat coulant*.

Iniciemos pelos jogos criados com os aspectos qualitativos. Apresentam-se as cores marrom, branco e caramelo e em formas variadas, pontos, linhas, círculos, cilindros, esferas. Um jogo de formas amarronzadas numa superfície branca, plana, infinita. O cenário constrói movimento em direções contrárias, com trajetórias encurvadas, sobre a superfície plana – branca – e em outra direção – para baixo, que flui, escorre da superfície cilíndrica. Parece o desenho de um vale e no seu interior... a neve. Vale com neve, mistura de terra e neve. Paisagem posta que leva o usuário intérprete a permanecer em contemplação e fazer

conjeturas: Parece um vale! Parece neve?! Nestes momentos, o usuário/intérprete, diante da representação de uma sobremesa, pode permanecer em contemplação. Enquanto signo, a representação na relação com o objeto que sugere, prevalece como ícone e os efeitos são os emocionais. Paisagem límpida, infinitamente branca que provoca sensações vinculadas à tranquilidade, serenidade. Vem também uma sensação de aconchego dado pelas partes que fluem e pelo jogo quente/frio das cores.

Figura 35- *Le biscuit de chocolat coulant; crème double glacée et café léger*



Fonte: Bras (2002, p.167)

Ao observar a representação visual, no contexto do livro, o usuário/intérprete, atenta para detalhes da sobremesa. A sobremesa *Le Biscuit de Chocolat Coulant; crème double glacée et café léger* foi criada em 1981 e é composta de uma espécie de massa-biscoito de formato cilíndrico com um recheio variado. “*Le coulant a connu de multiplex déclinaisons depuis 1981, année de sa création: tour à tour chocolate, café, caramel...Et depuis quelque*

temps déjà, framboises, abricots, myrtilles, figues...”¹⁰ (BRAS, 2002, p.166). A sobremesa, no caso da apresentada na imagem, é feita com creme, chocolate e café. A massa cilíndrica deve ter aspecto seco e ligeiramente crocante, enquanto o seu interior deve ser líquido, ou melhor, dizendo “*coulant*”, corrente ou fluente como um “rio” de chocolate líquido que escorre ao cortar o bolinho-biscoito. Sobre a parte cilíndrica há sorvete, em forma cilíndrica, para decorar calda de caramelo, açúcar, café e leite em pó. Outros detalhes do prato podem ser vistos na Figura 36.

A sobremesa, já que se lê verticalmente sob o canto superior esquerdo da foto a palavra “*les desserts*”, tem um formato cilíndrico marrom com uma esfera contrastando em branco em seu topo. Observa-se que o cilindro foi “rompido” e pela abertura, que revela o seu interior, fluem, juntos, uma calda grossa e marrom e outra mais leve e branca provinda da esfera de sorvete de creme acima do cilindro. O pedaço removido do biscoito cilíndrico encontra-se mais abaixo, no canto inferior direito, debruçado e com parte do creme marrom que compõem o biscoito.

De um lado da massa de biscoito em forma de cilindro, há uma série de elementos em textura mais seca que contrastam com a calda derretendo. Em forma de filamento que se espalha para o alto da imagem, há um filamento formado por café em pó e outro, por leite em pó e açúcar de confeitado. Filamentos branco e marrom, um ao lado do outro, compõem um traço delgado bicolor. Do outro, há um filamento maior, em cor caramelo, feito com redução de caramelo e café em forma de xarope, que lembra uma cauda de cometa.

¹⁰ O creme interior conheceu múltiplas declinações depois de 1981, ano de sua criação: indas e vindas chocolate, café, caramelo... e depois de algum tempo, framboesas, damasco, mirtilos, figos...(tradução do autor).

Figura 36– Outros detalhes da sobremesa



Fonte: BRAS (2003, p. 167)

Nota: Imagem elaborada pelo autor a partir da reprodução da imagem que consta em Bras.

À frente da parte cilíndrica, há pontos marrons e beges salpicados na superfície branca, composto com mistura de leite em pó e café. A sobremesa vem com um contraste de temperaturas, uma vez que o sorvete derrete com o da massa de biscoito, que para ter esta estrutura rígida, porosa, cilíndrica deve ser uma mistura de ingredientes assados no forno. Apresenta também uma “avalanche” de calda de chocolate quente que se degladia com a esfera de sorvete derretendo e caindo sobre o todo. O duelo constante do “muito quente” com o “muito frio” produz uma temperatura confortável ao paladar.

Nestes momentos em que o usuário/intérprete identifica as características da sobremesa, a reprodução visual prepondera como índice e os efeitos são os ligados à constatação, à identificação. Mas, desses momentos vêm as pistas que estabelecem conexões com existentes.

O olhar generalizante retoma as pistas: o marrom da terra, o branco da neve, a avalanche, elementos que remetem o usuário/intérprete aos aspectos geográficos do lugar onde está localizado o restaurante, onde vive o chef Bras. Assim, o chef incorpora ao design da sobremesa aspectos da natureza, das proximidades da região em que vive, o que é já um aspecto generalizante.

Outros vêm com o movimento de culturas que a gastronomia revela. Os ingredientes que compõem a sobremesa, não são todos produtos típicos da região. O café e chocolate são produtos originários de outros continentes. Deste modo, esta sobremesa só foi possível também pelo encontro de culturas diferentes, que vem com o movimento das pessoas de uma região a outra, de um continente a outro.

O chocolate – derivado do cacau, fruto do cacaueiro -, foi levado para a Europa no período da colonização da América, pelos espanhóis. Conquistou a Espanha a partir do século XVI e a França, a partir do século XVII. Conforme Flandrin e Montanari (2007, p. 544):

depois de ter descoberto o chocolate no México, os espanhóis pensaram em açucará-lo, em lugar de apimentá-lo, como faziam os índios. Cortés o enviou a Carlos V em 1527, mas somente no fim do século XVI essa bebida conquistou a Espanha. Ela teve uma aceitação muito mais lenta nos outros países- salvo talvez Itália- e só no século XIX tornou-se um dos mais importantes produtos do comércio mundial.

Conforme Flandrin e Montanari (2007), “entre os aristocratas, a moda do chocolate consolidou-se durante o reinado de Luís XIV, sobretudo depois do casamento do rei com Maria Teresa (1660), que vinha da Espanha, país onde se tinha instalado o costume de bebê-lo”. O mesmo autor explica que no reinado de Luís XIV, o chocolate era consumido pelos aristocratas e que, em 1659, o rei concedeu a David Chaillon o privilégio exclusivo de “vender e servir uma certa composição que tem o nome de chocolate”, na sua loja estava situada na *rue Saint-Honoré*.” (FLANDRIN; MONTANARI, 2007, p. 615).

O café, por sua vez, segundo Flandrin e Montanari (2007), originário da Etiópia e do Iêmen, foi levado a Europa pelos turcos. Inicialmente, a partir de 1570, conquistou Veneza, depois outras regiões da Itália. Foi levado para Marselha, em 1644, chegou a Paris, onde na segunda metade do século se difundiu nas classes privilegiadas. No decorrer do século XVIII, na capital, o café com leite tornou-se uma bebida popular. O aumento considerável do consumo de café na Europa levou ao aumento das plantações, a partir do século XVIII, nas diversas colônias europeias, principalmente holandesas- como Ceilão, Java, Suriname- ou Inglesas, como a Jamaica ou nas Antilhas Francesas, no Brasil, Portuguesa. Explica ainda o

autor, que na Europa, essas bebidas coloniais eram consumidas com açúcar- como já o era o café no mundo muçulmano- ao passo que em seus países de origem nem o chá nem o chocolate eram adoçados.

Este movimento dos alimentos e os modos como são incorporados aos hábitos alimentares das pessoas reforçam a ideia da gastronomia como uma linguagem e, os seus produtos, portanto, como signos, que incorporam na sua materialidade os sentidos desta trajetória.

Outros aspectos generalizantes vêm com os simbolismos impregnados nas cores. A cor branca, conforme Farina (2000), materialmente pode ser associada à neve e, afetivamente, à ordem, simplicidade, harmonia e estabilidade. A cor marrom pode ser associada, materialmente, à terra, ao outono e, afetivamente, à resistência, ao vigor. A junção das cores, portanto, pode levar o intérprete a pensar no par outono/inverno, neve/terra, em meio a sensações de simplicidade e afetividade.

As sensações, portanto, vêm com a junção de quente/frio, claro/escuro, terra/neve, consistente/fluido, forma rígida/disforme, que são ambíguas, mas conjugam-se harmoniosamente na imagem (reprodução da sobremesa) que está solta numa página em branco, livre dos limites de um prato, alcançando o exterior – fora do restaurante -, bem como sugerir que as sensações propagam-se infinitamente e que o prazer de saboreá-la também se prolonga infinitamente... lentamente.

Percorrer as imagens, adentrar as aparências ou olhar bem profundamente para a aparência das fotografias gastronômicas, com o auxílio de estratégias semióticas de análise, que permitem contemplá-las, atentar para as suas particularidades, bem como generalizar a partir das pistas nela encontradas, podemos dizer que vivenciamos com o olhar, outros sentidos, o tato, o olfato, o paladar... Mas, vejamos o que então se caracteriza como comunicação da sensorialidade, nas considerações que vêm a seguir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A nossa pesquisa intitulada Comunicação da sensorialidade: gastronomia e o chef Michel Bras em destaque, deu-se na interface entre a comunicação e a gastronomia, o que foi possível por considerarmos que a gastronomia é uma linguagem. Assim, os seus produtos/signos, produtos e signos ao mesmo tempo, estão em constante evolução, em transformação, nas e com as práticas sociais, o que não ocorre desvinculado das mídias e do encontro de culturas.

Ao selecionar vídeos, um documentário e imagens de um livro de receitas todos relacionados à culinária do chef Michel Bras, alcançamos o objetivo de compreender processos de comunicação da sensorialidade. Das análises dos vídeos e do documentário vieram especificidades da culinária do chef Bras, que conta com o zelo do chef na escolha dos ingredientes que compõem os pratos; com uma prática que considera os pratos como imagens, como objetos do design, que exibem cores, formas e texturas diferenciadas, dispostos de um modo que incita os sentidos e até mesmo o paladar; que cuida também com o maior interesse da composição visual dos pratos para que esses guardem sintonia com a natureza, com o ambiente em torno do restaurante, tanto pela escolha dos ingredientes cultivados e produzidos na região como pelo arranjo desses para compor o prato. Em linhas gerais, a culinária do chef Bras vem envolta em requinte, leveza e organização, bem como enfatiza a integração à família e ao ambiente. Assim, alcançamos outro objetivo da pesquisa, o de explicitar aspectos da concepção de gastronomia inerente à produção do chef Michel Bras,

O jogo dos aspectos qualitativos presente na composição dos pratos, tanto primando pelo aspecto visual como pelo sabor; os gestos do chef – leves, ágeis e refletidos – exibidos na preparação dos pratos, bem como o cuidado em mostrar a culinária como um elemento que mantém e ressignifica elos familiares, ou como um símbolo de uma região, intensificam os sentidos do intérprete. Os sentidos postos em ação, de modo geral, seriam a visão e a audição. No entanto, pelos aspectos mencionados, via visão, principalmente, provocam o tato, o olfato e até mesmo o paladar.

Com a análise das imagens de pratos selecionados do livro Bras: Laguiole Aubrac, constatamos que os sentidos do intérprete podem, ainda mais, aflorar-se. Nas categorias: entrada, sopa, peixe, carne e sobremesa, foram analisados os seguintes pratos, respectivamente: *Coque-mouillettes* (Ovos moles mexidos), *Le Coulis d'asperges du Languedoc à couler sur une mousse de lait* (Coulis de aspargos da região de Languedoc sobre uma mousse de leite); *L'ombre et la lumière* (Sombra e a luz); *La Côte de Boeuf fermier* (Carne do campo) e *Le biscuit de chocolat coulant: crème double glacée et café léger* (

Bolinho de chocolate com calda derretida de chocolate: sorvete de creme e uma redução de café). As estratégias de análise permitiram trazer à tona o potencial das imagens de aguçar os sentidos. Tais estratégias colocam em evidência os efeitos do signo, que advém dos aspectos qualitativos da imagem- cor, forma, textura, movimento e a combinação desses elementos -; dos aspectos referenciais, que permitem estabelecer conexões com o real e, por fim, dos simbólicos que revelam os sentidos que perpassam o tempo, por serem compartilhados culturalmente.

A compreensão da comunicação da sensorialidade passa pela compreensão da influência ou do poder da mídia na construção da realidade social. No que se refere à gastronomia, constatamos que o chef Michel Bras, enquanto marca, elabora a construção da sua identidade, que as mídias propagam. Todos os elementos que compõem o *corpus* da pesquisa são expressões dessa identidade, que veio à tona, no âmbito dessa pesquisa, com as análises dos vídeos, do documentário e das fotografias gastronômicas.

Não consideramos que as fotografias gastronômicas ou as imagens veiculadas pelas mídias e que se reportam à culinária do chef Bras, no caso, levem o intérprete a vivenciar experiências vinculadas à gastronomia somente com a mediação das imagens, o que contradiz o pensamento de Debord. Do envolvimento do intérprete com toda essa gama de imagens e considerando-se os efeitos anunciados vêm que, no transcorrer do tempo, elas podem provocar mudanças de hábitos de sentimento que, gradativamente, podem levar a mudanças de hábitos alimentares. Isso porque as imagens sugerem combinações de ingredientes, com suas cores e texturas, modos de dispor os alimentos tanto no prato como à mesa, modos de cozinhar os alimentos, sugere como selecionar os melhores alimentos para compor diferentes pratos e outras inúmeras possibilidades, sempre vinculadas, no caso, à beleza, leveza, organização, zelo... A comida não incita somente o paladar, mas faz-se atraente à visão, ao olfato, ao tato... e até a audição, uma vez que o design da composição dos pratos explora manifestações da natureza dos arredores do restaurante Bras.

De certo modo, as imagens com seu potencial para trazer os sentidos em evidência, de fato, atestam as afirmações de Maffesoli sobre o papel marcante das imagens, na contemporaneidade, em agregar pessoas, em aproximá-las para compartilhar sentimentos. Assim, novas tribos, no sentido proposto por Maffesoli, constituem-se ao aderir à culinária do chef Bras, ou por compartilhar valores e sentidos que a culinária do chef Bras, enquanto marca, propõe e dissemina nas mídias.

Os resultados da nossa pesquisa foram relevantes para ressignificar os conhecimentos adquiridos sobre a culinária do chef Bras. Constatamos que a construção de um olhar

semiótico para a gastronomia, na interface com a comunicação, nos levou a compreender a riqueza de sentidos que emana das múltiplas práticas culturais que os seus produtos engendram. Rever o trabalho do chef Bras, depois de vivenciar presencialmente o cotidiano da cozinha desse chef, em Laguiole, permitiu compreender com mais profundidade o seu fazer e avaliar o quanto os signos analisados contribuem para difundir a sua culinária. As imagens, assim como os pratos propriamente ditos, permitem ao intérprete e a quem saborear o prato, a *découverte*, como quer Michel Bras. Pratos e imagens com poder de sugestão, que incitam os sentidos, que convidam à descoberta.

REFERÊNCIAS

- ADURIZ, Andoni Luis; INNERARITY, Daniel. **Cocinar, comer y convivir**. Espanha: Destino, 2012.
- ARAÚJO, Wilma M. C. (et al.). **Da alimentação à gastronomia**. Brasília: Universidade de Brasília, 2005.
- ARNHEIM, Rudolph. **Arte e percepção visual**. São Paulo: Pioneira, 1997.
- AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **A análise do filme**. Lisboa: Texto & Grafia, 2013.
- BARRETO, Ronaldo L.P. **Passaporte para o sabor: tecnologias para a elaboração de cardápios**. São Paulo: Senac, 2001.
- BARROS, Lilian R. M. **A cor no processo criativo**. Um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe. São Paulo: Senac, 2006.
- BRAS, Michel. **Bras Laguiole-Aubrac** France. França: Relié, 2003.
- _____. **Le goût transmis**. França: Rouergue, 2011.
- BRAUNE, Renata e FRANCO, Silvia Cintra. **O que é gastronomia**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- CARNEIRO, Henrique S. **Comida e sociedade: uma história da alimentação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números**. Rio de Janeiro: J. Olympio, 2008.
- CHIACHIRI FILHO, Antônio Roberto. **O Sabor das imagens**. São Paulo 2008 144f. Dissertação (Doutorado em Comunicação e Semiótica) Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo 2008.
- DELEUZE, Gilles. **A imagem-movimento**. Cinema 1. Lisboa: Assírio & Alvim, 2009.
- DONDIS, A. Donis. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- DRIGO, M. Ogécia; SOUZA, Luciana C. P. de. **Aulas de semiótica peirceana**. São Paulo: Annablume, 2013.
- DRIGO, Maria Ogécia; PEREZ, Clotilde. Espaços de vivência com a “cultura chinesa”: comunicação e rituais alimentares em foco. **Signos do consuno**, São Paulo, v. 4, n.2, p. 145-164, 2012.
- FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

FERRAZ COSTA, Ana Beatriz Bueno. **Revista Gula: a formação do gosto na construção discursiva**. São Paulo 2009. 116f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo 2009

FLANDRIN, Jean Louis; MONTANARI, Massimo. **História da alimentação**. Estação Liberdade, 2007.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia** São Paulo: Senac, 2006.

JACOB, Helena Maria Afonso. **Comer com os olhos: estudo das imagens da cozinha brasileira a partir da revista Claudia Cozinha** São Paulo 2006. 126f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) Pontifícia Universidade Católica São Paulo, São Paulo 2006

_____. **Gastronomia, culinária e mídia: estudo dos ambientes midiáticos e das linguagens da comida e da cozinha** São Paulo 2013. 207f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) Pontifícia Universidade Católica São Paulo, São Paulo 2013

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo no espetáculo. In: MORAES, Dênis de. **Sociedade midiaticizada** (Org.). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

KENNETH, James. **Escoffier: o rei dos chefs**. São Paulo: Senas, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **Tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

_____. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2005

_____. **O mistério da conjunção: ensaios sobre comunicação, corpo e socialidade**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

_____. **O tempo das tribos**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MALLALIEU, Huon. **História das antiguidades**. São Paulo: Nobel, 1999.

MONTORO, Tânia. Cinema é alimento para corpo e alma. **Revista comunicação e informação** v10. n.01 p.08-15 janeiro/junho 2007.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Bluecom, 2010.

_____. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Eticidade, campo comunicacional e mediação**. In: MORAES, Dênis de. **Sociedade mediada** (Org.). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

TUCHERMAN, Ieda. Gastronomia, cultura e mídia: o longo percurso você é o que você come. Porto Alegre 210 **Revista Famecos** Porto Alegre v17 n3. p.314-323 Setembro/dezembro 2010

Sites Consultados

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UWqVRCNfEV8>>. Acesso em: 05 jan. 2016.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UWqVRCNfEV8>>. Acesso em: 05 jan. 2016.

Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=gQ_zMnxR9z8&list=PLixEBWSTrYTri_c6aFtfKk3q1d8Aa6HWV>. Acesso em: 5 jan. 2016.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ccvTZZS5hcw>>. Acesso em: 5 jan. 2016.

Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=v2llySpeNfo>>. Acesso em: 5 jan. 2016.