



Gastronomia Mexicana¹

Bruna de Lima DANTAS²

Larissa de Miranda BORGES³

Martina Garcia Rodrigues DANTAS⁴

Robson de Oliveira SÁ⁵

Tetsy Karolyne Sátiro SAMPAIO⁶

Thiago Xavier GOMES⁷

Priscilla Kimie Urushima de AZEVEDO⁸

Henrique José Concentino FERNANDES⁹

Universidade Potiguar - Laureate Universities, Natal, RN.

RESUMO

O trabalho A Gastronomia Mexicana foi desenvolvido para compor o projeto interdisciplinar Publicidade e Sentidos apresentado por alunos da 4ª série do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Potiguar (UnP). Para a foto publicitária, a agência experimental Calango Propaganda, teve a tarefa de realizar a preparação de um prato típico do México, *Aji de Gallina* e *Tortilhas*, com o objetivo final de divulgar o resultado em uma exposição realizada pela universidade. Nesse *paper*, será detalhado todo o processo de elaboração da fotografia publicitária, com embasamento teórico, conceitual e técnico.

PALAVRAS-CHAVE: Gastronomia; *Aji de Gallina*, México, Fotografia Publicitária.

1 INTRODUÇÃO

A partir do projeto Publicidade e Sentidos, a agência experimental Calango Propaganda da Universidade Potiguar – UNP elaborou a fotografia publicitária

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Tradisciplinar, modalidade Fotografia Publicitária (avulso).

² Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: brunadelimadantas@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: mirandalari@hotmail.com.

⁴ Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: martinagarciard@gmail.com.

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: robson.oliveira182@gmail.com.

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: tetsysampaio28@gmail.com.

⁷ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: thyagoxg@gmail.com.

⁸ Orientador do trabalho. Professora da Escola Comunicação e Artes – Publicidade e Propaganda, email: priscilla.azevedo@unp.br

⁹ Orientador do trabalho. Professor da Escola Comunicação e Artes – Publicidade e Propaganda, email: enriquehj@unp.com



gastronômica com o objetivo de produzir um cartaz para exposição promovida pela própria universidade. Divulgando como essa culinária pode ser atrativa ao perfil do consumidor Natalense.

Com isso, foi produzida a foto publicitária com o prato escolhido, *Aji de Gallina e Tortillas*, para produção de um cartaz que convida o leitor a participar da exposição fotográfica. Os elementos que compõem a fotografia foram elaborados pelos próprios alunos da agência experimental.

2 OBJETIVO

Despertar o interesse em saborear a comida representada na fotografia, é o principal objetivo, e para que isso ocorra, foram utilizados elementos visuais com cores vivas e uma organização dos alimentos, deixando o prato harmônico, e a partir do processo de pesquisa e planejamento estratégico elaborado para o trabalho, foi possível identificar se a Gastronomia vinda do México é conhecida e bem aceita nos restaurantes potiguares, transformando todas essas informações em uma peça publicitária.

3 JUSTIFICATIVA

A composição da cena fotográfica faz toda diferença na hora da apresentação e finalização da imagem. E para obter um bom resultado, alguns questionamentos podem ser levados em conta, como por exemplo: para que essa imagem será destinada? Será do prato pronto, do pré-preparo, de uma mesa posta, com cenário? Apenas registrar não é suficiente para garantir uma boa foto.

Com isso, a evolução técnica para garantir esse bom resultado foi se aperfeiçoando com o passar dos tempos, a exemplo das imagens presentes nos livros de culinária da década de 50 como “A Nossa Moda”, “A Boa Cozinha” (Figura 1) e “Royal Receitas”, comparadas com um livro de gastronomia atual, a exemplo do “Sabor do Brasil” (Figura 2). Conforme demonstram imagens abaixo:

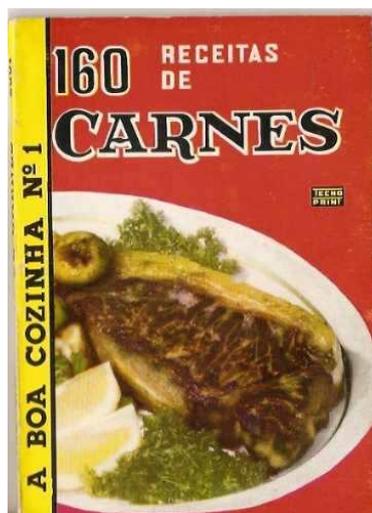


Figura 1: Livro “A Boa Cozinha Nº1 – Carnes”

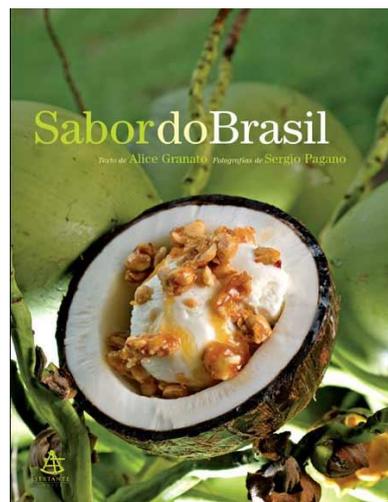


Figura 2: Livro “Sabor do Brasil” de Alice Grannato

É notório que esse conceito de fotografia mudou ao longo dos anos, além do exemplo citado acima, podemos verificar essa mudança quando recebemos um panfleto de restaurante e lá tem um prato que nos enche a boca d’água. Para essa construção é necessário investir um pouco mais na iluminação e na hora da escolha adequada dos elementos que vão compor a imagem.

Pensando nisso, a proposta da fotografia é fazer com que o consumidor deseje a imagem que está sendo exposta. Dessa forma, a agência experimental trabalhou para mostrar o quanto a culinária mexicana pode ser atrativa, aliando a utilização do azeite como elemento indispensável para acompanhar o prato.

A fotografia escolhida para esse trabalho foi montada nos padrões atuais da construção da imagem. Onde escolhemos a iluminação, o cenário e a decoração, devidamente, adequados para essa finalidade.

Ao longo da produção do trabalho, foram realizadas pesquisas no intuito de compreender como eram apresentadas as fotografias dos pratos da cozinha mexicana e ficou notório o uso de cores fortes e uma gama enorme de elementos na composição do cenário, muitas vezes, o foco principal da foto, que seja o prato, ficava ocultado por esses elementos presentes.

Assim, a proposta foi uma releitura da cozinha mexicana, apresentando uma fotografia limpa, sem informações excessivas, usando apenas elementos como o Sousplat¹⁰, louça de porcelana, e o azeite, trazendo um conceito sofisticado para o prato.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para iniciar o processo de produção, foi realizada uma pesquisa de mercado que serviu como referência para saber se o consumidor potiguar conhecia a culinária mexicana e se já havia provado o *Aji de Gallina com Torilhas*. A partir disso, foi apurado que entre os 200 entrevistados, a maioria desconhecia esse tipo de comida e não havia conhecimento também sobre a cozinha do México.

Então, resolvemos fazer a releitura da fotografia gastronômica mexicana, como já citada, para que o prato se tornasse mais atrativo para nossos consumidores, focando no uso do azeite, item muito utilizado na cozinha brasileira. Após traçar o público consumidor dessa culinária, foi feito um *brainstorm* para facilitar e decidir o resultado final da composição fotográfica.

É importante pensar antes de tudo como será a composição e a distribuição dessas informações. David Praker relata a importância da composição na hora de fotografar:

Para compreender os princípios da composição, precisamos separar formalmente as partes constituintes de uma imagem em linha, formato, tom e forma, textura, espaço e cor. Embora seja melhor estudar esses elementos isoladamente, a composição é o processo de combiná-los como ingrediente em uma receita. A câmera raramente se depara com apenas um desses elementos. Ao abordar qualquer assunto, o fotógrafo deve primeiro descobrir quais são os elementos constituintes da cena que se apresenta à câmera e só então dar início ao processo de decidir como equilibrar e mesclar os elementos da composição (PRAKEL, 2013, p. 11).

Após decidir como seria a composição visual do prato, através do *brainstorm*, recorremos ao site *Lightingdiagrams* para criar o mapa de luz (Figura 3). Inicialmente pensamos em utilizar um *hazy light* por trás do fundo branco, porém notamos que a foto ficaria muito clara. Então utilizamos apenas essa iluminação a frente do prato e outro *hazy light* na lateral esquerda do prato, no intuito de evitar a presença de sombra no vidro do

10 Sousplat (“prato de baixo”, do francês) é uma espécie de prato maior que o de refeição e mede cerca de 35 cm de diâmetro. Ele serve como base para os pratos, que serão substituídos ao longo do almoço ou jantar. (Fonte: <http://www.sofisticado.com.br/servir/sousplat-como-e-quando-usar/>)

azeite. A câmera utilizada foi a Nikon D5100 com a lente 18-55mm. Conforme o resultado final:

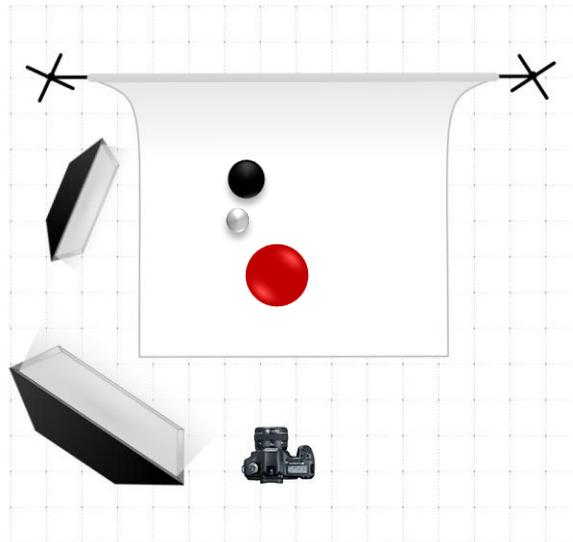


Figura 3: Estrutura do Set: realizada no site lightingdiagrams.com (LIGHTINGDIAGRAMS, 2015)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Com o intuito de utilizar a fotografia publicitária aqui produzida em uma exposição de fotos gastronômicas, optamos por fugir dos padrões de anúncios da culinária mexicana, de acordo com o que já foi citado ao logo do trabalho. Decidimos por uma imagem mais leve e com poucos elementos. Porém, durante o processo de criação da fotografia, notamos que as cores verde e vermelho são as mais utilizadas, por representarem o país. Em nossa produção, escolhemos apenas o vermelho e o branco, para caracterizar sugestões de requinte.

No momento em que antecede o registro, é importante unir a pesquisa que foi realizada sobre o tema da fotografia e a formação da imagem, aliando coesão entre cores, espaço e elementos, para que o resultado final transmita a ideia que foi proposta em sua construção.

Dessa forma, utilizamos como referência visual a revista Menu (Figura 4 e 5) que sempre traz como capa imagens limpas, e sem muitos recursos visuais. As referências de corte e iluminação para a fotografia publicitária que realizamos foram às capas das edições de fevereiro de 2012 e março de 2013, conforme demonstrado abaixo:



Figura 4: Revista Menu, Ed. Fevereiro 2012



Figura 5: Revista Menu, Ed. Março 2013

Além disso, pensamos em um elemento importante na hora de idealizar uma fotografia publicitária, o espaço em que será utilizado o texto. Para David Prakel “A composição desempenha um papel bastante diferente na fotografia publicitária; ela exige que o fotógrafo leve em consideração o modo como a imagem pode ser usada depois de feita” (Prakel, 2013, p 170). Ou seja, onde ela será utilizada e se haverá espaço suficiente para o texto. Dentro desse pensamento, utilizamos o fundo branco para focar na ideia de um anúncio simples, limpo e sofisticado.

Para a realização da cena, seguimos o *brainstorm*, referências e objetos, dando início à tentativa de fotografar para alcançar o resultado que idealizamos. Inicialmente, montamos o prato e encaixamos todos os elementos obrigatórios do *Aji de Gallina* com *Tortilhas*, e notamos que o prato não possuía cores fortes e atraentes.



Foto 1: Making of da produção do prato



Foto 2: Making of da produção do prato


 Foto 3: *Making of* da produção do prato

 Foto 4: *Making of* da produção do prato

Então, nos preocupamos em relação à distribuição dos elementos e na tonalidade das cores, já que a cor tem suas próprias influências na percepção e nos sentidos. “As cores provocam reações no observador que podem ser de ordem psicológica ou emocional” (Freeman, 2012 p. 118) Michel Freeman em “O Olho do Fotógrafo – Composição e Design Para Fotografias Digitais Incríveis”

descreve como as cores transmitem informações, e como são importantes para compor a imagem.


 Foto 5: *Making of* da produção da foto

 Foto 6: *Making of* da produção da foto

Após diversas tentativas, chegamos ao resultado esperado. Posicionamos o prato e o acompanhamento em uma mesma direção, junto com o azeite, elemento publicitário, para facilitar na hora do corte. Utilizamos o corte (ver técnica para metade corte do prato), no intuito de focar o azeite caindo.



Foto 07: Foto escolhida

Na pós-produção da fotografia, foi feita a seleção de algumas das melhores imagens, e a partir daí foi decidida qual iria para a exposição. Para a edição da imagem foi utilizado o *software* para design gráfico, *Adobe Photoshop CC* e uma mesa digitalizadora *Wacom CTL480L Intuos Pen Small*. Acentuamos o contraste de cores na foto, ajustamos o tamanho da imagem para o formato A3, mais 5mm de sangria de cada lado e mudamos o modo de cor de RGB (*Red, Green and Blue*) para CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow and Black*).

A diagramação do cartaz foi realizada no *software Adobe Illustrator CC*, utilizando a tipografia Futura Bk BT para o título e Futura BdCn BT para os demais textos. Foram criados também, objetos em formato de papel dobrado na cor vermelha que serviriam de caixa para a data e o título do evento. A logo da promotora do evento posicionada no canto inferior direito finaliza o trabalho idealizado (Figura 6).



Figura 06: Cartaz Finalizado

6 CONSIDERAÇÕES

O resultado final foi a união de todos os elementos aqui citados para compor uma fotografia publicitária, equilibrando cor, composição e espaço. A própria agência experimental, Calango Propaganda, produziu o prato. Cozinhando os alimentos e organizando-os de forma harmônica para a fotografia ficar de inteira satisfação. Esta peça simples, que transmite uma nova perspectiva sobre a produção fotográfica gastronômica da culinária mexicana, traz o azeite como elemento publicitário da peça, transmitindo, ou reconstruindo um novo olhar sobre a exposição da culinária mexicana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PRAKEL, D. Fotografia básica 1 – composição. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2013.

VISITMEXICO, 2015, Disponível em <http://www.visitmexico.com/pt/gastronomia-mexicana>, acessado em 30 de Março de 2015.

.LIGHTINGDIAGRAMS, The Online Lightning Diagram Creator, 2015, Disponível em <<http://www.lightingdiagrams.com/Creator>>, acessado em 23 de Abril de 2015.



FREEMAN, M. O olho do fotógrafo – composição e design para fotografias digitais incríveis. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2012.