

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

ALESSANDRA MONTEMURRO CORRÊA

**“NÓS SOMOS O QUE COMEMOS”**  
NARRATIVAS VISUAIS E ANÁLISE DA IMAGEM PROJETADA ATRAVÉS DA  
COMIDA NO INSTAGRAM

SÃO PAULO  
2023

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

ALESSANDRA MONTEMURRO CORRÊA  
Nº USP: 10743384

**“NÓS SOMOS O QUE COMEMOS”**  
NARRATIVAS VISUAIS E ANÁLISE DA IMAGEM PROJETADA ATRAVÉS DA  
COMIDA NO INSTAGRAM

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção de título de Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho

SÃO PAULO  
2023



ALESSANDRA MONTEMURRO CORRÊA

**“NÓS SOMOS O QUE COMEMOS”**

NARRATIVAS VISUAIS E ANÁLISE DA IMAGEM PROJETADA ATRAVÉS DA  
COMIDA NO INSTAGRAM

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola  
de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo  
para obtenção de título de Bacharelado em  
Comunicação Social com habilitação em Publicidade e  
Propaganda.

São Paulo, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Julgamento:** \_\_\_\_\_

---

**Assinatura:** \_\_\_\_\_

---

**Julgamento:** \_\_\_\_\_

---

**Assinatura:** \_\_\_\_\_

---

**Julgamento:** \_\_\_\_\_

---

**Assinatura:** \_\_\_\_\_

SÃO PAULO

2023

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, que me guiou e me fortaleceu para que eu não desistisse dos meus sonhos, sem ele não teria ingressado nesta universidade de tamanho prestígio.

Aos meus pais que me criaram e me ensinaram tudo que eu precisava para ser quem sou hoje, e acreditaram em mim e no meu potencial.

Aos meus irmãos que com suas brincadeiras e besteiras deixam meus dias mais leves.

Ao amor da minha vida, Lucas Gabriel, que me incentivou e me ajudou quando nem eu mesmo acreditei que conseguiria passar por fases tão difíceis e turbulentas. Obrigada por me apoiar sempre e por ter tanto amor e paciência comigo, eu te amo muito.

À Blenda que além de ler todo o meu TCC e me ajudar com palpites e ajustes, me acompanhou desde o meu primeiro dia na ECA e se tornou uma pessoa fundamental na minha vida. Obrigada por me acompanhar nesses 6 anos, por todas as risadas e estresses no Lab, toda a parceria e carinho, te amo amiga, obrigada por ser tão incrível.

Ao João Lucas que sempre foi uma pessoa que me conectei muito desde o primeiro dia. Obrigada por fazer todos os trabalhos possíveis da graduação e ser uma amiga tão especial.

Ao Math, ao Bruno que me acompanhavam em todos os bandejões e me tiravam risadas e alegrias. Sinto uma saudade imensa quando penso em nossas besteiras e brincadeiras.

Obrigada a todos os meus amigos da ECA, que são pessoas mais do que especiais pra mim, que me apoiaram e me incentivaram a vivenciar a vida acadêmica de maneira tão gostosa. Gostaria de ter passado mais momentos presenciais com vocês naquela instituição que tanto nos uniu e nos ensinou.

Agradeço aos meus amigos fora da faculdade que me proporcionaram momentos de descontração fora do ambiente acadêmico, além de apoio e parceria.

E por fim a essa instituição, ECA USP, que tanto amo. Obrigada por me conectar com pessoas tão importantes e por me proporcionar momentos incríveis de muita felicidade e estresse também.

## RESUMO

CORRÊA, Alessandra Montemurro. “**NÓS SOMOS O QUE COMEMOS**”: narrativas visuais e a criação da imagem projetada através da comida no instagram. 2023. 83 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social Com Habilitação em Publicidade e Propaganda, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023.

Todo o alimento tem um significado, desde seu estado mais primitivo, como a matéria prima, até o seu preparo. A alimentação tem um papel fundamental na construção da história da humanidade, comportamentos que só foram possíveis de compreender por conta da forma como se consumiam os alimentos. Muito além de uma substância fundamental para o organismo, a comida é um alimento para a construção de memórias e identidades. Este trabalho apresenta o cruzamento entre comida e cultura, com o intuito de entender como é possível criar conexões com base em nossas memórias relacionadas à alimentação. E por fim entender qual o alcance dessa forma de comunicação dentro do Instagram e como são construídas essas narrativas em perfis públicos.

**Palavras-chave:** Comida. Alimentação. Memória. Identidade. Instagram.

## **ABSTRACT**

CORRÊA, Alessandra Montemurro. "**WE ARE WHAT WE EAT**": visual narratives and the creation of projected images through food on instagram. 2023. 83 f. TCC (Graduation) - Course of Social Communication with Qualification in Advertising and Propaganda, University of São Paulo, São Paulo, 2023.

All food has a meaning, from its most primitive state, as raw material, to how it is prepared. Food plays a fundamental role in the construction of human history, behaviors that were only possible to understand because of the way food was consumed. Much more than a fundamental substance for the body, food is a nourishment for the construction of memories and identities. This work presents the intersection between food and culture, with the intention of understanding how it is possible to create connections based on our memories related to food. And finally understand what is the reach of this form of communication within Instagram and how these narratives are built in public profiles.

**Keywords:** Food. Memory. Identity. Instagram.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01</b> - Grande cadeia do ser	16
<b>Figura 02</b> - Dogão de Osasco	22
<b>Figura 03</b> - CACHORRO QUENTE DO BRASIL vs ESTADOS UNIDOS	22
<b>Figura 04</b> - Vídeo do perfil do gui.tank - “Vulcão de queijo e burguer”	34
<b>Figura 05</b> - Vídeo do perfil do gui.tank - Preparo do alimento	35
<b>Figura 06</b> - Vídeo do perfil do gui.tank - Preparo do alimento 2	35
<b>Figura 07</b> - Vídeo do perfil do gui.tank - Consumo	36
<b>Figura 08</b> - Vídeo do perfil do gui.tank - Comentários com mais curtidas	37
<b>Figura 09</b> - Vídeo do perfil do biricuticus_ - Biricu Burger	38
<b>Figura 10</b> - Vídeo do perfil do biricuticus_ - Apresentação	39
<b>Figura 11</b> - Vídeo do perfil do biricuticus_ - Associações	40
<b>Figura 12</b> - Vídeo do perfil do biricuticus_ - Jogo de Palavras 1	41
<b>Figura 13</b> - Vídeo do perfil do biricuticus_ - Jogo de Palavras 2	41
<b>Figura 14</b> - Vídeo do perfil do biricuticus_ - Imagem x Fala	42
<b>Figura 15</b> - Vídeo do perfil do biricuticus_ - Consumo	43
<b>Figura 16</b> - Vídeo do perfil do biricuticus_ - Comentários e Interações	43
<b>Figura 17</b> - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Primeira impressão	45
<b>Figura 18</b> - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Consumo	46
<b>Figura 19</b> - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Preparo	47
<b>Figura 20</b> - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Delicadeza	47
<b>Figura 21</b> - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Sensualização	48
<b>Figura 22</b> - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Montagem	49
<b>Figura 23</b> - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Ângulo	50
<b>Figura 24</b> - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Comentários	50
<b>Figura 25</b> - Vídeo do perfil do simplyni_- Primeira Impressão	51
<b>Figura 26</b> - Vídeo do perfil do simplyni_- Flores para um colega	52

<b>Figura 27</b> - Vídeo do perfil do simplyni_- Diferencial 1	53
<b>Figura 28</b> - Vídeo do perfil do simplyni_- Diferencial 2	53
<b>Figura 29</b> - Vídeo do perfil do simplyni_- Sofisticação	54
<b>Figura 30</b> - Vídeo do perfil do simplyni_- Apresentação	55
<b>Figura 31</b> - Vídeo do perfil do simplyni_- Comentários	56
<b>Figura 32</b> - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Primeira Impressão	57
<b>Figura 33</b> - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Preparo	58
<b>Figura 34</b> - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Ingredientes 1	58
<b>Figura 35</b> - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Ingredientes 2	59
<b>Figura 36</b> - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Comentário	60
<b>Figura 37</b> - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Chamada	60
<b>Figura 38</b> - Vídeo do perfil da surthycooks - Primeira Impressão	61
<b>Figura 39</b> - Vídeo do perfil da surthycooks - Exagero	62
<b>Figura 40</b> - Vídeo do perfil da surthycooks - Fome	62
<b>Figura 41</b> - Vídeo do perfil da surthycooks - Preparo	63
<b>Figura 42</b> - Vídeo do perfil da surthycooks - Montagem	63
<b>Figura 43</b> - Vídeo do perfil da surthycooks - Transição	64
<b>Figura 44</b> - Vídeo do perfil da surthycooks - Pedido de Ajuda	65
<b>Figura 45</b> - Vídeo do perfil da surthycooks - Distribuição	65
<b>Figura 46</b> - Vídeo do perfil da surthycooks - Comentários	66
<b>Figura 47</b> - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Primeira Impressão	67
<b>Figura 48</b> - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Sofisticação	68
<b>Figura 49</b> - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Cenário	68
<b>Figura 50</b> - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Ferramentas	69
<b>Figura 51</b> - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Montagem	70
<b>Figura 52</b> - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Comentários	70
<b>Figura 53</b> - Vídeo do perfil da sarahtrindadet - Primeira Impressão	71

<b>Figura 54</b> - Vídeo do perfil da sarahtindadet - Ingredientes	72
<b>Figura 55</b> - Vídeo do perfil da sarahtindadet - Preparo	72
<b>Figura 56</b> - Vídeo do perfil da sarahtindadet - Iluminação	73
<b>Figura 57</b> - Vídeo do perfil da sarahtindadet - Montagem	74
<b>Figura 58</b> - Vídeo do perfil da sarahtindadet - Consumo	74
<b>Figura 59</b> - Vídeo do perfil da sarahtindadet - Comentário	75

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>2. COMIDA É CULTURA</b>	<b>14</b>
2.1. Alimentação como documento da história	15
2.2. Culinária Brasileira	18
2.3. Criação de identidade através da comida	20
2.4. Memória que alimenta	24
<b>3. SEMIÓTICA NA GASTRONOMIA</b>	<b>27</b>
<b>4. REDES SOCIAIS E IDENTIDADE</b>	<b>31</b>
<b>5. ANÁLISE DE CASOS</b>	<b>34</b>
<b>5. 1. Descrição dos casos</b>	<b>34</b>
5.1.1. gui.tank - “Vulcão de queijo e burguer”	35
5.1.2. biricuticus_ - “Biricu Burger #3  ”	39
5.1.3. cedriklorenzen - “once-upon-time burger”	46
5.1.4. simplyni_ - “steak & eggs”	52
5.1.5. nutrithais.castanha - "Hambúrguer no Emagrecimento"	58
5.1.6. surthycooks - "Alimento como crítica social"	62
5.1.7. turkuazkitchen - "Black Gourmet Burger"	68
5.1.8. sarahtrindadet - "HAMBÚRGUER de FEIJÃO"	72
<b>5. 2. Discussão dos resultados</b>	<b>76</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>79</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>81</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O modo como nos alimentamos conta uma história, o ciclo de todos os nossos ancestrais são modificados até nos tornarmos o que somos hoje, e o modo como comemos nos dá essa visão do ethos do indivíduo. Em pé, sentado, a frente de alguma tela, em uma mesa de cozinha, sozinho, em companhia, em casa, em um restaurante, esses hábitos podem mostrar os aspectos mais aparentes de nossa subjetividade.

A comida por si só tem a capacidade de se comunicar, ou seja, se ela tem o poder de expressar significados, ela pode contar histórias, nos revelando suas identidades. “A comida constituiria, assim, um veículo para manifestar significados, emoções, visões de mundo, identidades, bem como um modo de transformar, pela resolução de conflitos, realização de mudanças, desistências” (AMON, MENASCHE, 2008, p. 17)

A partir dessa ferramenta tão básica e crucial para nossa sobrevivência, descobrimos mais uma maneira de expressarmos nossa individualidade e nossas principais características. Podemos ver essas representações em redes sociais, filmes, séries, programas de televisão, reality shows e em publicidades. Muitas marcas estudam possíveis parcerias com base em pessoas que têm perfis condizentes com os significados que seus produtos querem transmitir para o público.

Comida é afeto, cultura é memória. É a identidade de muitos povos e tradições e está intimamente ligada à história e às relações comerciais. Podemos ver que essa cultura também é passada de geração a geração, como meio de transmissão de conhecimento e cuidado entre as famílias. Para algumas culturas a comida traz um papel importante na celebração de suas ancestralidades.

Durante muito tempo esse conhecimento era transmitido através das revistas e livros de receita, hoje em dia esse papel se transfere para a internet. Vemos isso sendo muito trabalhado nas redes sociais, principalmente através de vídeos curtos. Por meio dessas imagens seduzentes e legendas persuasivas, se comercializam ideais e modos de vida.

Seguindo esse raciocínio, o presente estudo tem como objetivo mostrar o como a alimentação tem uma papel importante na construção da nossa identidade,

e como esses significados podem ser transmitidos através de perfis, que de alguma forma estão relacionados a comida e alimentação, no Instagram.

A metodologia utilizada compreendeu uma pesquisa de caráter exploratório, a partir de estudos de casos, apresentando uma visão de como essas pessoas conseguem contar histórias através da alimentação em seus perfis no Instagram.

## 2. COMIDA É CULTURA

A cultura em si é um conjunto de instrumentos, idéias e signos criados pelos seres humanos. Com a intenção de suprir necessidades básicas, o ser humano começou a criar meios em que fosse possível comer, se vestir, se aquecer e se proteger. A partir dessa premissa, através de seus instrumentos e idéias, muitos obstáculos foram supridos, mediante também, organizações grupais (ZUIN; ZUIN, p. 229).

Uma teoria da cultura, em primeiro lugar, deve-se basear nos fatos biológicos dos seres humanos, isto é, como espécie animal esses estão sujeitos às condições elementares que devem ser supridas a fim de que possam sobreviver, como a satisfação de suas necessidades básicas ou orgânicas, tal como a necessidade de se alimentar. Essa necessidade básica estaria relacionada ao reflexo inato, tal como salientou Krapivine (1986). A fim de suprir tal necessidade o homem criou, então, um ambiente artificial e secundário, ou seja, a cultura ou um nível cultural de existência. Um nível cultural de vida significa o surgimento de novas necessidades impostas à conduta humana, tais como a relação social, criação de instrumentos, de signos, tradições, rituais, entre outros aspectos. (ZUIN; ZUIN, 2009, p. 229)

Temos por consciência coletiva que o hábito de se alimentar é algo “natural” por ser uma necessidade vital, porém, Massimo Montanari (2008) nos traz a reflexão que os valores que são atribuídos a alimentação não se dá por “naturalidade”, mas sim por diversos processos culturais que criam em nós hábitos e rotinas, transformando e reinterpretando a natureza (Ibid., p. 15). Podemos concluir a partir dessa fala que comida é cultura.

Todo o processo de produção, plantio, colheita, separação, preparação e consumo, é o que torna a alimentação um processo cultural. A alimentação é o conjunto formado por diversos fatores que podem ser combinados infinitamente, por esse motivo temos a percepção distinta de cada cultura em relação a esse processo.

Segundo Amon e Menasche (2008), a relação do ser com a comida e a memória se apoia na ideia de que a comida tem uma dimensão comunicativa, ou seja, ela pode contar histórias (Ibid., p. 15), nos levando ao conceito de que a alimentação tem um papel fundamental na construção da identidade do ser humano.

Este capítulo traz um panorama histórico da alimentação com base, principalmente, na cultura Européia e sua influência global com o passar dos anos.

Por conta do eurocentrismo, os documentos históricos que os autores apresentam em sua obra são costumes moldados por essa cultura. Já no capítulo sobre a culinária brasileira, abordamos a influência de outras culturas na nossa alimentação, além de trazer qual o papel que a alimentação tem na identidade e memória afetiva do ser humano.

## **2.1. Alimentação como documento da história**

A história da alimentação molda a civilização de antigamente e continua moldando, desde a pré história até o mundo mais moderno. A diferença do preparo de alimentos nas diferentes classes sociais, os hábitos de consumo e celebração, o modo em que comemos diz muito a respeito de nós como indivíduos.

Flandrin e Montanari (1998) nos explicam como os hábitos alimentares construíram a sociedade que conhecemos hoje. Na Pré História, o humano não tinha acesso a ferramentas específicas para a caça, os homens bípedes se viam obrigados a caçar em grupo, o que construía uma relação de cooperatividade (*Ibid.*, p. 38). Já na Idade Média o ato de comer em grupos simbolizava as boas relações “A palavra-chave nesse caso é ‘compromisso’, porque comer e beber junto era uma forma de obrigar-se a satisfazer as condições que esse tipo de laço implica”(*Ibid.*, p. 300).

A refeição representava um laço social muito importante, e isso não se restringia somente a cleros e nobres, mas sim para todas as camadas da sociedade medieval (*Ibid.*, p.301). Ao firmar alianças e compromissos, o ato de comer e beber significava formar um contrato público. O que importava era o fato de estarem se alimentando junto e não necessariamente o que estavam comendo, é certo que eram usados no preparo desses banquetes toda a comida que havia disponível na cozinha e no celeiro. Preocupação com moderação do que tinham em estoque era considerado como uma ofensa e um desaforo com os convidados. Nesta época não faziam distinção quanto a refinação do prato, ou pratos mais exóticos, o que importava era a criação do laço por meio desse ritual. (*Ibid.*, p. 304)

O alimento era usado em diversos rituais, não só célebres, mas também mórbidos, como em ocasiões religiosas, nas quais se comia e bebia em memória dos defuntos (*Ibid.*, p.305). Os senhores e soberanos se reuniam aos seus vassalos

para realizarem suas refeições, não por afeto ou comemoração, mas sim para afirmar sua dominância (*Ibid.*, p. 306) sobre seus subordinados.

Já no final da Idade Média e na renascença, o consumo era envolto basicamente na tríade do vinho, cerveja e pão (e o que pudessem comer um conjunto com o pão) (*Ibid.*, p. 466).

Esse trio onipresente constitui uma maneira tão útil quanto fundamental de subdividir a alimentação dos homens, principalmente quando se estudam as dietas dos pobres. Com efeito, não só considerações, mas também imperativos econômicos limitavam tanto a escolha dos alimentos quanto suas quantidades. Ainda mais que os excedentes de produção geralmente eram, no mínimo, limitados. Acrescentemos que diferenças de preço, mesmo mínimas, punham alguns produtos fora do alcance das classes baixas da sociedade; assim, a eleição desse trio representava mais um desejo do que um consumo real (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 466)

A medida em que se desce na escala social, maior era a importância do pão em sua alimentação, tal proporção se invertia quando analisada a classe dos mais ricos. Essa diferença que se espelhava na alimentação se mantinha quando analisada a classe urbana e a classe rural (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 468). Inclusive os médicos da época prescreviam alimentações diferentes de acordo com a classe social (*Ibid.*, p. 477).

Havia diferença na alimentação por conta do gênero. Pregadores aconselhavam mulheres viúvas a não comerem mais carne de aves, pois eram costumes que tinham com seus maridos (*Ibid.*, p. 470). É possível observar que tais costumes ainda estão presentes em nossa sociedade, a “comida máscula” é um pedaço de carne grande e um copo de uísque ao lado, já a “comida feminina” é um drink com frutas e um prato de salada. Mesmo modificado, podemos ver os signos presentes nos pratos e na maneira de se alimentar.

Nesse período da Baixa Idade Média, as comidas têm um nível de importância de acordo com uma escala criada com base em Deus. Como podemos verificar na figura a seguir:

**Figura 1:** “Grande cadeia do ser”

		DEUS
FOGO	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Salamandra</li> <li>•Fênix</li> <li>•Animais mitológicos que vivem no fogo</li> </ul>	
AIR	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Águas, falcões e pássaros de grande altitude</li> <li>•Pequenos pássaros canoros</li> <li>•Capões, galos, frangos</li> <li>•Patos, gansos e outras aves aquáticas</li> </ul>	Vitelo Cameiro Porco
ÁGUA	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Golfinhos</li> <li>•Baleias</li> <li>•Peixes</li> <li>•Camarões, caranguejos, etc.</li> <li>•Mexilhões, ostras, etc.</li> <li>•Esponjas</li> </ul>	
TERRA	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Árvores (árvores frutíferas)</li> <li>•Arbustos (que produzem frutos)</li> <li>•Plantas herbáceas (espinafre, couve, etc.)</li> <li>•Raízes (cenoura, nabo, etc.)</li> <li>•Bulbos (cebola, alho, etc.)</li> </ul>	
OBJETOS INANIMADOS		

Fonte: FLANDRIN, MONTANARI, 1998, p. 473

Quanto mais próximo de Deus o alimento se encontrava na escala, mais nobre era o alimento. Os frutos e alimentos mais próximos ao solo eram considerados vulgares, como o morango e a melancia, já os alimentos em que ficavam no topo das árvores eram mais prestigiados (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 473).

Quando damos um salto no tempo e vamos para a época contemporânea, vemos um rápido crescimento demográfico, com isso o consumo de cereais e produtos ricos em fécula cresceu consideravelmente (*Ibid.*, p. 711). A batata substituiu o pão, e a produção de vinho e cerveja cresceu em diferentes partes do mundo (p.723). Outro fator importante foi a vinda de produtos além do mar, o consumo era voltado somente para alimentos de produção local (*Ibid.*, p. 730)

A Europa teria conhecido uma inversão de tendência no plano alimentar que teria exercido uma influência não só sobre a constituição física, mas também sobre a época das primeiras menstruações: a idade da puberdade teria então, passado de 16 para 14 anos. [...] uma alimentação mais cuidadosa teria provocado um alongamento do período de fertilidade, embora a diferença rural, considerando que as primeiras eram mais bem alimentadas do que as últimas (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 799)

A relação entre a alimentação e saúde se vê mais presente, era cada vez mais perceptível que as funções do corpo estão relacionadas com a alimentação, inclusive as funções sexuais, como trouxeram Flandrin e Montanari (1998, p. 799)

O modo com que se sentavam a mesa também muda, principalmente nas zonas rurais, nas quais os homens trabalham para sustentar a casa, assim tendo

um lugar para comer à mesa. Já as mulheres, que eram cabidas de cuidar dos afazeres domésticos, comiam em pé na cozinha ou até mesmo no chão sem talheres, pois era um privilégio masculino, muitas vezes ficando com as sobras (Ibid., p. 800). “Por trás desse modelo alimentar fundado numa discriminação sexual existe um condicionamento objetivo da função considerada primordialmente na mulher: a reprodução.” (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 800)

Os rituais de alimentação foram se moldando de acordo com a necessidade da época. Para algumas pessoas hoje o tempo que se dá para comer não é mais isolado, se come enquanto trabalha, enquanto assiste televisão, enquanto estuda e qualquer outra atividade que seja necessária. Na Europa de antigamente esse ato era um ritual quase sagrado, era proibido receber telefonemas ou visitas na hora de comer, não se passava no imaginário pessoas comendo na rua, no carro ou até mesmo em elevadores.

Essas reflexões assumem uma importância particular, hoje, no momento em que os alimentos - e os homens - têm a possibilidade de viajar mais depressa do que nunca. Diante desses fenômenos, a lição que a história pode nos dar é que as transformações são inevitáveis e que seria inútil lamentar o passado - um passado, não esqueçamos, do qual a fome foi, muitas vezes, a protagonista (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 800)

O que Flandrin e Montanari explicam, é que como essas mudanças são inevitáveis, nos aproveitemos delas para moldar novos signos e costumes. Vemos esses comportamentos do passado se moldando e criando os hábitos que possuímos na atualidade, a tendência é que a forma de se alimentar acompanhe as grandes mudanças.

## **2.2. Culinária Brasileira**

Se olharmos para o contexto em que vivemos, a culinária brasileira é um conjunto de etnias e miscigenações. Em seu livro sobre a gastronomia do mundo e do Brasil, Chaves e Freixa nos apontam que a nossa cozinha brasileira é um retrato das culturas indígenas, portuguesa e africana, que ao longo do tempo juntaram-se a imigrantes de outras culturas européias e asiáticas e se transformaram no que conhecemos hoje (2009).

A história da alimentação no Brasil, nos revela uma diversidade inacabada de ingredientes da natureza – como por exemplo raízes (mandioca, inhame), doces de frutas (bananas, goiabas, mamões, laranjas diversas) caldos feitos de animais (galinha, tartaruga, macacos, papagaios, peixes)

não apenas de origem brasileira, mas do resultado da “mestiçagem” de alimento vindos do exterior, desde o período colonial, com temperos, especiarias, outras espécies de animais, frutas e verduras. (CHAO; MAIA, 2016, p. 18)

Quando olhamos para o Brasil colonial a gastronomia teve o início da sua consolidação por conta dos engenhos de cana de açúcar no nordeste (FREIXA; CHAVES, 2009). Analisando a alimentação indígena e africana nessa mesma época, a base para o preparo dos alimentos era a mandioca, e vemos sua importância na alimentação de diversas culturas até hoje (KATZ, 2008 apud DANTAS, *et al.* 2019). Preparada e nomeada de diversas maneiras em diferentes regiões do Brasil, como macaxeira, aipim, castelinha, uaipi, mandioca-doce, mandioca-mansa, maniva, maniveira, pão-de-pobre.

Porém essa estrutura acarretou em costumes e hábitos que levaram a uma má alimentação, o que gerou irregularidades no modelo alimentar. (LORIMER, 2001, p. 135) Lacaz aponta que grande parte desse problema era causado pelo crescimento das lavouras de cana, a alimentação do trabalhador rural consistia em carne salgada, farinha de mandioca, feijão e açúcar. O que consiste até hoje na base alimentar do brasileiro. (LACAZ, 1972 apud LORIMER, 2001)

Algumas pesquisas mostram que muitos problemas alimentares têm raízes de natureza muito mais econômica que cultural. As pessoas não comem bem, não porque não sabem o que é melhor e mais saudável e, sim, porque não tem condições para isso. (MINAYO 1985; MINAYO e CRUZ NETO 1985 apud LORIMER 2001)

Os indígenas praticavam agricultura e inseriram diversos alimentos em sua dieta, além da mandioca, comiam peixes, animais terrestres e frutas, e povos que viviam no litoral tinham o hábito de consumir crustáceos. Além de utilizarem técnicas como o moqué (uma estrutura usada para defumar) para a conservação dos alimentos e a produção da farinha de mandioca, um processo complexo para época. (KATZ, 2008 apud DANTAS, *et al.* 2019)

Já para a alimentação dos escravos era somente fornecido o mínimo para a sobrevivência. Alimentação também focada com base de mandioca, feita de diversas formas, porém como principal a farinha de mandioca muitas vezes sendo o único alimento fornecido. Às vezes, substituída pelo cuscuz, adicionando a sua receita leite de coco. (CASCUDO, 1983 apud DANTAS, *et al.* 2019)

Nesse período alguns adicionais foram incluídos na alimentação, a pimenta malagueta, o azeite de dendê e até a banana passaram a se tornar essenciais no

cardápio nordestino, O uso desses novos ingredientes transformou a culinária portuguesa. Baseada em caldos e cozidos, agora passou a utilizar as técnicas indígenas no preparo. Por conta da escravidão as mulheres negras usavam técnicas que carregavam de sua própria cultura e incluía as adquiridas aqui. (DANTAS, et al. 2019)

Prato importante e marco da culinária brasileira é a feijoada, preparada pelos negros que utilizavam as partes do porco que os senhores da casa grande não usavam, e preparavam a feijoada, um feijão com partes de carne que tornava o prato mais saboroso e complementava a refeição.(DANTAS, et al. 2019)

Foi o trabalho do negro que aqui sustentou, por séculos e sem desfalecimento, a nobreza e a prosperidade do Brasil; foi com o produto do seu trabalho que tivemos as instituições científicas, letras, artes, comércio, indústria etc. [...] competindo-lhe, portanto, um lugar de destaque como fator da civilização brasileira. (QUERINO, 1938, p. 123 apud ALBUQUERQUE, 2009, p.87).

Muito da cultura da alimentação brasileira veio com o povo africano, o acarajé, vatapá, caruru, entre outros. Para eles, a alimentação tinha uma conexão muito forte com a religião, a partir disso, Cascudo (1983, apud DANTAS et al. 2019) aponta que o milho era considerado uma comida dos Orixás (Oxóssi, Iemanjá e Omulú). Aqui no Brasil outros artigos alimentícios foram incorporados nesses rituais religiosos, como a pipoca, o feijão e a mandioca.

O açúcar e o sal foram inseridos para os africanos pelos portugueses, cujo uso era desmedido. A utilização do açúcar era centralizada nas mulheres escravas, que eram encarregadas de preparar doces portugueses, para seus senhores, misturando com técnicas de conservação de alimentos criaram os doces que conhecemos hoje como marmelada, doce de caju e goiabada. A culinária africana acrescentou sabores únicos e diferentes dos habituais, além de incluir novas frutas e condimentos, transformando a culinária da época. (PANAGASSI, 2008 apud DANTAS et al., 2019)

### **2.3. Criação de identidade através da comida**

Como discutido anteriormente, o ato de se alimentar não é apenas um hábito de sobrevivência, mas seu significado é o que importa para os estudos das ciências sociais. Todos os seres vivos precisam se alimentar para sobreviver, mas o ato de humanizar a alimentação é o que permite a criação de diversas identidades. (CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016, p. 19)

Comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. E o jeito de comer define não só aquilo que é ingerido, como também aquele que o ingere(DA MATTA, 1986, p.56 apud CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016, p. 19).

O alimento diz respeito a todos os seres humanos, é universal, geral; a comida define um domínio de opções, manifesta especificidades, estabelece identidades. Comida é o alimento transformado pela cultura (DA MATTA, 1987, 1997 apud AMON, MENASCHE, 2008, p.15)

Se pensarmos a partir do ponto de vista dos estudos realizados por Maciel, a alimentação pode ser interpretada como um ato cultural, e nela existe um sistema simbólico em que consiste em códigos sociais que trabalham no âmbito homem e natureza (MACIEL, 2001, apud CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016, p. 19). Interessa aos estudos antropológicos, a forma que se administra a produção, preparação, onde, com quem e como o ser humano se alimenta, e como esses hábitos afetam a construção da sociedade contemporânea. (CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016, p. 19)

A ciência que estuda a alimentação vai muito além do pregar e consumo; a escolha de um local perto de um solo fértil, com tipos de comida e caça abundantes ou até mesmo em períodos de grande mudança na alimentação, como guerra, pobreza extrema e secas, mudaram a maneira com que estudiosos lidavam com descobertas através de observar a alimentação de um povo. (BRILLAT SAVARIN, 2004 apud RAMOS, 2015, p. 6)

Um ditado popular diz "Nós somos o que comemos", é através dessa frase que podemos aplicar os estudos de Freitas (2010) que nos afirma que quando comemos estamos convertendo o exterior em uma realidade interna, Fischler corrobora esse pensamento dizendo que

é o movimento através do qual fazemos o alimento transpor a fronteira entre o mundo e nosso corpo... incorporar um alimento é, em um plano real, como em um plano imaginário, incorporar todas ou parte de suas propriedades: tornamo-nos o que comemos. [...] É certo que a vida e a saúde da pessoa que se alimenta estão em questão cada vez que a decisão de incorporação é tomada. Mas também está em questão seu lugar no universo, sua essência e sua natureza, em uma palavra, sua própria identidade(FISCHLER 1995 p. 66 apud CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016).

Trazendo a interpretação de que o humano é o resultado do caráter, revelado pelo o que e como nos alimentamos. (CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016, p. 20).

Flandrin e Montanari (1998) nos trouxeram o conhecimento de como o ato de comer junto na antiguidade significava criação de laços e parcerias, Freitas (2003)

nos traz o conceito de que podemos perceber as diferentes identidades em uma refeição em conjunto, é durante essa refeição que percebemos como nos expressamos. Ali se definem condutas, caráter, atitudes, vínculos e subjetividades entre todos que estão presentes. Freitas (2003) nos traz que o ato de comer nos traz prazer e desejo, não somente pelo sabor, mas pelas subjetividades que isso nos traz, o que facilita na compreensão de como a alimentação tem um papel crucial na formulação da vida em sociedade.

A culinária é uma categoria de alta relevância nas particularidades de construção do eu, que acaba definindo suas diferenças e constroem sua identidade. Os hábitos alimentares são compostos de significados e nos permite entender melhor a identidade de quem o pratica.

Já a globalização também exerce um papel importante nesse quesito. O reflexo de identidades pelo mundo resultou nas culturas que conhecemos atualmente, como quando estudamos a culinária brasileira, vemos seus traços históricos de indígenas, africanos e portugueses.

O impacto que ela tem nas tradições geram opiniões distintas entre teóricos, porém é de consenso geral que as mudanças acontecem cada vez mais de forma acelerada, em conjunto com o ritmo de acontecimentos da nossa sociedade. Muitas opiniões convergem na ideia de que a globalização ao tentar unificar a economia, política, sociedade e cultura, acaba conduzindo a um comportamento padronizado, inclusive os alimentares. (CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016)

Já alguns autores descrevem a globalização como um processo de transformação e deslocamento de identidades (HALL, 2006 apud CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016). De alguma forma esse processo traz o reforço das identidades locais, resgatando os valores regionais. Observamos que são elaboradas novas criações e significados a partir desses contatos. Nesse aspecto a gastronomia é caracterizada por essas misturas de elementos locais e internacionais que fortalecem a cultura. (CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016, p. 23)

Podemos ver esse conceito sendo aplicado, por exemplo, no cachorro quente brasileiro. Uma comida originária dos Estados Unidos que acabou sendo “abrasileirada” e hoje é um dos elementos mais característicos de Osasco, conhecida como a capital paulistana do cachorro quente<sup>1</sup>. Sua receita original é

---

<sup>1</sup> Ver: <https://visaoosasco.com.br/osasco-a-capital-do-cachorro-quente/>

composta por pão, salsicha, ketchup e mostarda, já a versão brasileira contém todos os ingredientes originais junto com os personalizados, como, batata palha, purê de batata, queijo, bacon, milho, ervilha e muito mais.

**Figura 2 - “Dogão de Osasco”**



Fonte: Instagram. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/ColhBYiO\\_zX/](https://www.instagram.com/p/ColhBYiO_zX/)

**Figura 3 - “CACHORRO QUENTE DO BRASIL vs ESTADOS UNIDOS”**



Fonte: Youtube. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=P8\\_I183LVXs](https://www.youtube.com/watch?v=P8_I183LVXs)

Dentro do quesito da globalização podemos ver uma certa valorização do local, com a criação de movimentos representativos que manifestam a “Gastronomia Brasileira” e todas suas vertentes. Não estamos lidando com a perda da identidade da cultura local, mas sim de uma nova significação para os ingredientes internacionais e regionais “Vê-se que a gastronomia não seria tão estável ou imutável, mas em constante transformação frente ao contato entre alteridades.” (CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016, p. 25)

A diversidade não estaria destinada a desaparecer, mas sim a ser intensificada no contexto geral da globalização, que colocou em evidência a descoberta – (re) descoberta – invenção e (re) invenção das identidades alimentares evidenciando a riqueza proveniente da dinâmica cultural na sociedade contemporânea.(CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016, p. 25)

Garcia (2003) nos traz o conceito de desterritorialização de alimentos e serviços. No qual o consumo é afetado pela redução do tempo de preparação das

refeições, resultado do avanço tecnológico, da transformação e conservação e da importação de produtos oriundos de outras culturas, pelo apelo publicitário, horários mais flexíveis e a individualização dos rituais alimentares. (MULLER; FIALHO, 2011, p.177)

A digitalização da informação operou uma revolução profunda no mundo da comunicação, caracterizada, em particular, pelo aparecimento de dispositivos multimídia e por uma ampliação extraordinária das redes telemáticas. [...] Observa-se, igualmente, uma crescente penetração destas novas tecnologias em todos os níveis da sociedade, facilitada pelo baixo custo dos materiais, o que os torna cada vez mais acessíveis. (DELORS, 1996, p.55 apud MULLER, FIALHO, 2011, p.177)

Como Delors (1996) explica, o avanço tecnológico penetra diversas camadas da sociedade, inclusive afeta o modo como consumimos nossos alimentos, essa digitalização da comunicação permite que a publicidade penetre em diversos níveis sociais, influenciando no comportamento e por consequência, em nossas identidades.

Empiricamente sabemos que a “mulher na cozinha” é uma categoria diferente de “homem na cozinha” e, por trás dessa diferença, operam níveis mais profundos da cultura. [...] Quando a nossa questão é a “sensibilidade gastronômica” e atribuímos um valor singular à dimensão feminina do cozinhar, é pouco dizer que ao longo da história, e à medida que o cozinhar se objetivou como um ofício público, rompendo com os limites domésticos, o que se deu foi apenas uma nova divisão social do trabalho. Algo se perdeu nesse processo e é preciso determinar como se deu. O que se perdeu foi a divisão das técnicas do corpo entre os sexos, e não apenas a divisão do trabalho entre eles. Além disso, é preciso reencontrar o caminho para detectar aquilo que, se não desapareceu por completo, ficou escondido. (DÓRIA, 2012)

É possível perceber que as divisões sexuais de trabalho refletem no mundo gastronômico, em uma visão antiquada no qual a mulher é a responsável por preparar o alimento, enquanto o homem é o responsável por prover o alimento, então quando relacionamos o gênero a comida, percebemos que a mulher tem esse papel muito mais ligado ao materno, enquanto o homem que cozinha é visto como algo a ser louvado.

## 2.4. Memória que alimenta

Pompéia e Bueno (2006 apud BITTENCOURT, 2019, p. 21) nos trazem as diferentes vertentes do estudo da memória, que percorre diferentes áreas do conhecimento, como a medicina, ciências sociais e a filosofia, e apesar de serem áreas distintas elas se complementam. Dentre algumas dessas áreas a memória é subdividida em explícita e implícita. A memória explícita é a que podemos moldar e articular intencionalmente, tanto por experiências vivenciadas, como por fatos e informações que foram guardadas na lembrança, dentro dessa classificação existem mais quatro tipos de memórias, episódica (são as experiências pessoais), semântica (são as lembranças de informações que absorvemos, como definições e conceitos), autobiográfica (é como construímos as imagens dos eventos ao longo de nossas vidas) e espacial (a que se refere a geografia dos lugares, como sabemos nos movimentar em espaços conhecidos). Já a memória implícita são as inconscientes, diferente da explícita, ela é mais difícil de articular, geralmente mais emocionais e percepcionais, são associadas a “memória muscular” por estar nos guiando sem termos a percepção em nosso pensamento de como estamos executando essa tarefa. (ABNT, 2022) Toda a análise presente neste trabalho será feita voltada para a memória explícita, navegando pelos seus tipos como a semântica e a episódica.

Halbwachs (1990 apud BITTENCOURT, 2019, p. 21) diz que além dessas classificações, podemos agrupar as memórias em coletivas e individuais, que se manifestam sempre em conjunto. A memória coletiva existe quando enxergamos os eventos com o olhar do outro, é a criação de uma percepção sua com base em construções coletivas. Por isso ambas são ligadas e coexistem, para dar corpo às nossas próprias representações de fatos específicos.

De acordo com Bittencourt (2019) o engajamento e afeto são comportamentos que estão relacionados com essas memórias, envolvem um sentimento de pertencimento a uma certa cultura. A relação que o ser humano tem com o alimento pode acarretar em processos que não são naturais, mas sim resultados de uma memória social e cultural de suas experiências e comportamentos, como:

[...] atividades de seleção e combinação (de ingredientes, modos de preparo, costumes de ingestão, formas de descarte etc.), que manifestam

escolhas que uma comunidade faz, concepções que um grupo social têm e, assim, expressam uma cultura. (AMON; MENASCHE, 2008, p. 15)

Essas ações estabelecidas pela memória estão ligadas ao sentimento e a emoção que se estabelecem nesse ritual de preparação do alimento. As percepções estabelecidas incluem diversos outros rituais e processos, incluindo a experiência proporcionada pelos cinco sentidos, como o olfato, a textura do alimento, a degustação, o som de um alimento sendo preparado e sua apresentação no prato. (BITTENCOURT, 2019, p. 23)

A conexão que determinamos entre a comida e as memórias está fundada na ideia de que a comida tem sua dimensão comunicativa, como a fala, a escrita, os desenhos, ela tem a capacidade de contar histórias. (AMON, MENASCHE, 2008, p.15)

Amon e Menasche (2008) fazem a analogia da comida como se fosse um sistema linguístico. Suas convenções e regras são estabelecidas da mesma maneira em itens de comida que podem ser categorizados e combinados. “A comida é concebida como manifestação de uma estrutura subjacente, que pode ser apreendida, conduzindo ao conhecimento de características de uma sociedade.” (AMON, MENASCHE, 2008, p.17). A comida se constitui, então, em um sistema de manifestações de significados, emoções, experiências, identidades, percepções. (p.17)

Todo o modo como conhecemos atualmente do preparo de alimentos se dá por toda uma construção mediada pela memória, individual e coletiva, que expressa as origens de uma cultura e nos faz compreender seus comportamentos e hábitos. (BITTENCOURT, 2019, p. 23)

As histórias que a comida de um outro lugar conta no lugar que a hospeda resgatam a memória do lugar de origem. Ao mesmo tempo em que reafirmam e reconstroem essa memória para gerações futuras da comunidade, as narrativas da comida podem incorporar novos traços à memória. (AMON; MENASCHE, 2008, p. 19)

Nesse sentido, quando vamos observar a comida como uma forma de comunicação, seja qual for o ambiente em que esteja sendo preparada, notamos que as lembranças e memórias possuem um papel de “agente socializador”, por ser um ato universal, a conduta ao comer e beber são compartilhadas surgindo, assim, a refeição. (CHAO; MAIA, 2016, p. 15)

Consideramos a cozinha como um lugar de memória, um lugar onde não há uma memória espontânea, mas que é preciso criar arquivos, organizar celebrações, experimentar sensações, estabelecer contratos, a partir de um vai-e-vem dinâmico entre momento e movimento - onde os objetos e percepções, materiais ou abstratas remetem à valores simbólicos (NORA, 1993). (CHAO; MAIA, 2016, p. 16)

Enquanto fenômeno comunicacional, percebemos as relações de mediação e vinculação pautadas entre as linguagens da comida, da cozinha, das memórias e do imaginário, capazes de criar relações sociais e culturais. [...] As memórias e identidades que caracterizam a comida como agente comunicacional mantém as conexões de socialidade, seja em casa, nos restaurantes ou em programas de competição, marcando as associações entre comida e cultura. As pessoas consomem, seja alimento ou entretenimento, juntamente a um consenso simbólico de um imaginário coletivo. (CHAO; MAIA, 2016, p. 22)

Para Halbwachs (1990 apud CHAO; MAIA, 2016, p. 16) utilizamos nossa memória como um testemunho, para dar base ou anular o que temos de conhecimento sobre algum acontecimento prévio. Esses testemunhos são o que ativam nossa memória, para então assimilarmos e darmos significados novos relacionados a esses acontecimentos. Para Mintz (2001, p. 32 apud CHAO; MAIA, 2016, p. 17) os nossos hábitos alimentares se modificam durante nossa vida, mas a memória e o peso dos primeiros testemunhos alimentares e algumas condutas sociais, podem se estender para o resto da vida, e são conservados em nosso subconsciente. Quando utilizamos nossa memória no preparo dos alimentos, adicionamos ali nossa identidade.

### **3. SEMIÓTICA NA GASTRONOMIA**

Para o semiólogo Barthes (1997), são fatores psico-sociais que orientam o nosso consumo de alimentos, ele nos traz o exemplo das bebidas alcoólicas e dos doces, que além dos efeitos culturais, têm efeitos psicológicos em nosso organismo. “A alimentação traz significados, valores e atitudes de consumo nos usos cotidianos, configurando-se como uma autêntica instituição cultural das sociedades.” (BARTHES, 1997, p. 20 apud TRINDADE, 2009, p.32)

O alimento em seu estado de matéria prima não apresenta significado cultural, ele passa a ganhar significado a partir do seu manuseio e preparação, e essa característica comunicativa que vemos na alimentação, é o que dá sentido e significado, nos permitindo compreender uma cultura e uma identidade. (Ibid, p. 33) E o papel que a publicidade tem nesse processo se mostra essencial quando

olhamos para o consumo, atrelando significados para as marcas, colocando o alimento como um espetáculo de estética, o prazer que irá ter ao consumir, junto de status sociais que almejamos estar. (TRINDADE, 2009, p. 33)

Barthes nos traz três categorias de publicidade impressa, que de acordo com Trindade (2009) ainda se fazem relevantes na atualidade. A *publicidade comemorativa*, na qual a comida está relacionada a alguma comemoração ou festividade cultural, contribui na integração. A *publicidade de situação*, que indicam meios de como consumir, de comprar, de preparar e até de como ingerir o alimento. E por último a *publicidade de nutrição e saúde*, que exalta a idealização de um corpo com aspectos saudáveis, enaltecendo os aspectos saudáveis e nutricionais da alimentação saudável. (TRINDADE, 2009, p. 33)

O glamour da gastronomia, por exemplo, pois o que o sujeito quer como objeto de valor, não é necessariamente o produto em si, nem a sua nutrição pura e simples, mas sim os atributos da marca que a ele passam a ser atribuídos por meio do consumo. A marca dá as competências para o indivíduo ser ou parecer ser algo que é objeto de sua realização, status social, prazer e felicidade, por exemplo. (TRINDADE, 2009, p. 39)

Os principais temas explorados em anúncios publicitários de alimentos são: glamour, sofisticação, requinte, charme, elegância, alimentação saudável, distinção étnica, religiosa, sabores e prazeres, etc. (TRINDADE, 2009, p. 39) As marcas escolhem o tema em que transmite melhor a essência da sua marca e/ou produto.

O que nos permite analisar esse discurso é o nível figurativo da mensagem, nele identificamos “cenários, espaços dos discursos, os tipos de atores discursivos que se apresentam na mensagem, padrões cromáticos dos anúncios, tons de iluminação, as roupas e acessórios utilizados” (TRINDADE, 2009, p. 39), que são fundamentais para a análise do material publicitário.

Peirce leva em conta cinco níveis de formulação das imagens publicitárias, sendo eles: nível icônico, que diz respeito às sensações que aquela imagem pode trazer para o expectador; nível iconográfico, o padrão de imagens que contemplam associações; nível tropológico, a retórica visual; nível tópico, o lugar argumentativo da imagem; e, nível entimemático, que é a junção do argumento visual com o verbal que dá o significado global da mensagem (TRINDADE, 2009, p. 34).

Já Greimas e Floch trazem três categorias que nos permitem compreender os significados e sentidos das mensagens visuais. A primeira é a topológica, que nos faz refletir sobre o posicionamento da imagem, “superior vs. inferior; ângulo

plongée vs. contre-plongée; lateral direita vs. lateral esquerda; centralizado vs. periférico” (TRINDADE, 2009, p. 40). A segunda e terceira categorias refere-se a características eidéticas, a espessura dos traços, as cores. “Os formantes eidéticos trabalham na perspectiva de tensões entre as linhas retas vs. linhas curvas; pontiagudo vs. arredondado. E os padrões cromáticos nas relações: claro vs. escuro; cores em degradê vs. cores contrastes.”(TRINDADE, 2009, p. 40).

Linhos arredondadas nos trazem a sensação de amigabilidade, linhos mais pontiagudas nos trazem a sensação de algo mais ameaçador, como círculos e triângulos. (PIXAR... 2023). Para Trindade, o semi-simbolismo é a junção da relação entre esses elementos. A análise do uso de cores mais escuras no lugar de cores mais claras, a delicadeza dos elementos trazida por linhos mais finas em detrimetos a linhos mais robustas. Esse tipo de observação nos permite fazer considerações a respeito da poética visual das imagens. (TRINDADE, 2009, p. 40)

Além disso, a publicidade na sua necessidade de explorar a estetização da mercadoria-alimento se funde à gastronomia, uma das grandes paixões da vida humana, tornando-se modo pelo qual o processo de alimentação ganha seus sentidos poéticos/estéticos, para justamente propiciarem nas mensagens os sentidos cinestésicos do visual que aguçá o paladar, como é o caso da fotografia gastronômica. (TRINDADE, 2009, p. 43)

Linares e Trindade (2011) consideram o fato de que tudo tem um significado além de seu valor utilitário e comercial, o que nos permite transmitir diferentes significados em diferentes culturas, porém leva em consideração a vida útil de um alimento, que por ser um bem perecível tem uma dinâmica diferente dos rituais no setor de moda, por exemplo.

Dentro do sistema alimentar temos diferentes vertentes, como o vegetarianismo, o “Slow Food Movement” que resgata rituais de preparação antigos, porém com o toque do modernismo (LEITCH, 1997 apud LINARES; TRINDADE, 2011, p. 55). Linares e Trindade (2011) apontam quatro tipos de agentes que transferem significado para os hábitos alimentares, são eles: os nutricionistas e instituições de saúde, os chefs e cozinheiros, a mídia e os produtores de alimentos. (p. 55)

Podemos considerar como agentes oficiais, os nutricionistas e as instituições de saúde. Suas orientações afetam o consumo de parte da população, por direcionar a uma alimentação mais adequada para cada pessoa. Os chefes e

cozinheiros têm sua função gastronômica, no qual exercem o papel de poetas da culinária. Já as mídias e os jornalistas têm como papel descobrir inovações e tradições culinárias pelo globo e difundir esse conhecimento, daquilo que consideram importante, se tornando um filtro da gastronomia local. Já os produtores buscam se alinhar a um dos agentes citados, buscando qual faz mais sentido a sua marca, com o objetivo de agregar valor. (*Ibid*, p. 56, 57)

McCracken (2003) elabora o conceito dos rituais que têm o propósito de comunicar a manipulação do significado cultural. Foram estabelecidos cinco tipos de rituais: o de compra, de preparação, de consumo, de celebração e o de apresentação. (LINARES; TRINDADE, 2011, p. 59)

O *ritual de compra* é o espaço em que o consumidor tem o primeiro contato direto com o alimento, dependendo do espaço em que ele realiza esse ritual, o consumidor constrói significados. (*Ibid*, p.59)

Já o *ritual de preparação* transfere muito significado em seu ato, passando pela transformação natural (o modo em que se consome o alimento, cru, cozido, etc) e a transformação natural (apodrecimento) (DOUGLAS, 2007 apud LINARES; TRINDADE, 2011, p. 59). O alimento passa por transformações químicas, no qual a pessoa que o está preparando transfere crenças e culturas que estão repletas de significados. (LINARES; TRINDADE, 2011, p. 59)

O *ritual de consumo* se dá pela maneira em que a pessoa ingere o alimento. A ordem em que ela come o prato principal, a sobremesa, o ambiente em que consome e o modo que se comporta (*Ibid*, p. 60).

O *ritual de celebração* faz conexão com a ocasião em que o alimento é consumido, o símbolo em que o alimento pode representar dentro dessa celebração “um instrumento de sedução, um marcador ou a confirmação de alguma crença ou da identidade” (LINARES; TRINDADE, 2011, p. 60).

E por fim o *ritual de apresentação*, é também nessa etapa em que aguçamos nossos sentidos. A apresentação do alimento que nos cativa por sua estética não está limitado ao modo em que é posto à mesa, é o momento em que somos seduzidos e instigados ao consumo (*Ibid*, p. 60). Podemos ver esse conceito à tona em estilos de sedução como o “food porn”, nada menos que uma tentativa de atração e estímulo do consumo.

#### **4. REDES SOCIAIS E IDENTIDADE**

Se olharmos para as redes sociais, não como mídia, mas como um agrupamento de pessoas em torno de um objeto ou de um ponto de vista em comum, vamos nos perceber como atores que assumem diversos papéis baseando-se nos laços afetivos que temos com determinados grupos de pessoas. O ser humano tem a necessidade de se relacionar com outros seres, as redes sociais podem ser um instrumento de autoconhecimento ao se perceber ela como um espelho das nossas relações pessoais.

Agora, ao vermos a rede social como um instrumento midiático, podemos ver seu papel de agente comunicador, sendo uma ferramenta de diálogo e compartilhamento de informações.

Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões, (RECUERO, 2009, p. 24).

Sylvestre (2013) nos aponta em seu estudo que as redes sociais têm seu ponto em comum, oferecem um ponto de contato de pessoas do seu convívio ou não, no qual é possível visualizar conteúdo de todos em um formato de rede. O qual apresenta um sistema de cadeia, em que os seus contatos diretos têm seus próprios contatos diretos e por aí vai.

O contato com as pessoas que estão distantes do nosso convívio pessoal é o que possibilita a construção das identidades sem que haja questionamento do seu comportamento, diferente de um espaço off-line. “Dessa forma, muitos usuários apresentam comportamentos distintos em suas práticas digitais se comparadas às práticas discursivas não-digitais – em alguns casos comportamentos até contrastantes.” (SYLVESTRE, 2013, p. 80).

Por meio da interação social mediada pelo discurso, nas Redes Sociais, constituem-se identidades múltiplas e papéis sociais que são desempenhados em contextos de situação onde há uma expectativa social específica de atuação em práticas discursivas singulares (SYLVESTRE, 2013, p. 79)

É através do compartilhamento dessas informações que os usuários ganham visibilidade e popularidade, ao expor o íntimo das suas memórias e rotinas e até mesmo padrões de comportamento, outros usuários se identificam com o conteúdo, aumentando sua rede de relacionamentos (SALDANHA, 2014).

Recuero (2009, apud SALDANHA, 2014) esclarece que a junção dos conteúdos é o que constitui a imagem que a pessoa quer que seja representada de si mesma, ou seja, através da escolha dos conteúdos é que criamos um retrato da nossa identidade nas redes sociais que são “matéria prima para a construção da sua subjetividade do ciberespaço, corroborando sua identificação a gostos que atestam a sua suposta veracidade do ethos que deseja representar” (CARRERA, 2012, p. 151).

Nesse contexto, o papel da plateia para o sucesso da representação é essencial, uma vez que a ela cabe a legitimação da imagem construída, do ethos desejado. [...] O outro, assim, representa o lugar de legitimação do sujeito, em um ambiente no qual é preciso “existir” de forma colaborativa. Sem a cumplicidade do interlocutor, a identidade e os papéis representados não adquirem validade necessária à interação (CARRERA, 2012, p.157).

Diferente de um diário, as postagens nas redes sociais são públicas, traçando uma relação oposta entre o íntimo e o público, criando uma distorção da identidade e trazendo uma aparência artificial de si mesmo, não somente fisicamente, mas de suas características. Sendo assim, os espaços nas redes sociais não são, necessariamente, representações de realidades, mas sim do que você quer transmitir da sua identidade. (CASAGRANDE, 2022, p.26).

Mas até que ponto essa narrativa é verdadeira? Em certa medida, nunca. E, a rigor, tanto faz: a narrativa de si, como vista nos primeiros capítulos do livro, é uma construção subjetiva que, ao selecionar fatos e costurar histórias, cria uma representação que chamamos de “identidade”. O quanto essa representação está ligada à realidade nem sempre faz diferença, sobretudo quando se está no ambiente virtual. O blog se apresenta como uma possibilidade de criação de personagens, identidades paralelas e alternativas, decorrentes das formas narrativas de si mesmo (MARTINO, 2010, p. 181 apud CASAGRANDE, 2022 p. 26).

Somos os agentes responsáveis pela estruturação dos conteúdos que vemos em nossas redes, temos o poder de bloquear usuários e conteúdos e aceitar propagandas de produtos que fazem parte do nosso interesse, contribuindo ainda mais para a construção da nossa identidade na internet. Sylvestre diz:

Enquanto espaços de interação discursiva relativamente novos, é pertinente ressaltar que as Redes Sociais naturalmente se constituem e adquirem um contorno mais nítido e mais próprio a cada dia, como resultado das próprias práticas sociais. Assim, estruturas próprias a esses espaços começam a tomar forma, e estatutos sociais começam a emergir. Frequentemente usuários censuram outros por determinado conteúdo postado, por considerá-lo inapropriado àquele espaço de interação específico, seja pela forma, seja pelo conteúdo. Vão sendo então delineadas, assim, as expectativas sociais e discursivas específicas aos gêneros constantes destes espaços digitais. (SYLVESTRE, 2013, p. 79)

Moldamos como somos vistos e também o que vemos, escolhemos nossas influências e nossas inspirações. Todas essas decisões afetam sua vivência dentro ou fora da internet.

## 5. ANÁLISE DE CASOS

Com toda a teoria discursada no desenvolvimento deste estudo, é possível realizar a análise de perfis no Instagram que abordam temas sobre alimentação e comida. Entender em que forma esse conteúdo demonstra a individualidade que o usuário quer passar para seus espectadores. Para isso, é utilizado o estudo de Trindade (2009) e Linares e Trindade (2011) que abordam a semiótica da publicidade e da gastronomia, com estudos de Peirce, Greimas, Floch (1983) e McCracken (2003). É a partir dessas visões que o presente estudo apresenta as análises de caso, com concepções trazidas pela própria autora, para mostrar as possíveis discussões que é possível se ter dentro da construção da identidade através das redes sociais, mais especificamente o Instagram.

Os casos analisados foram adquiridos através da mídia digital Instagram com base em buscas de perfis que abordam o tema sobre alimentação em suas publicações. Por conta das constantes atualizações dentro dessa mídia, vale ressaltar que o conteúdo foi escolhido no dia 31 de maio de 2023. Como o objetivo da análise é sobre a identidade do usuário, o *user* dos perfis selecionados não foram ocultados, somente o *user* dos usuários que comentaram nos posts indicados.

Para a análise foram selecionados oito perfis no Instagram, cada um apresentando um vídeo sobre o mesmo prato, o Hambúrguer, por ser um prato famoso no mundo todo, foi possível selecionar perfis de outros países. É possível ver como a individualidade de cada perfil se ressalta quando comparado o preparo do mesmo alimento. As análises estão baseadas nos elementos da semiótica, abordados nos estudos de Trindade (2009) e Linares e Trindade (2011). Sendo eles os rituais de McCracken, a topologia e as características eidéticas de Greimas e Floch, os níveis icónicos e iconográficos de Peirce, e os agentes de transferência de significados de Linares e Trindade.

### 5. 1. Descrição dos casos

Os perfis escolhidos buscam trazer uma variedade de culturas e costumes. Os oito perfis estão divididos em, quatro masculinos e quatro femininos, pois Kendall (2007) explica:

O gênero é outra categoria que demonstra claramente os significados com os quais uma cultura divide o mundo em parcelas para organizar sua visão do mundo. Tanto os homens quanto as mulheres são por natureza onívoros, possuem o mesmo aparato digestivo, no entanto, há uma distinção entre o que considera-se comida masculina e feminina. (KENDALL, 2007, p.8)

Apresentamos dentro desses perfis agentes de nutrição, chefs e cozinheiros, com estilos de preparo diferentes, contendo pratos com carne e uma opção vegana. A seguir serão apresentados as análises individuais de cada vídeo em formato de print screen. Por fim, será realizada uma comparação de cada individualidade e o modo com que se relacionam.

### 5.1.1. gui.tank - “Vulcão de queijo e burguer”

**Figura 4** - Vídeo do perfil do gui.tank - “Vulcão de queijo e burguer”



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Crt06-xpAbH/>

A figura 4 é a primeira impressão que se tem ao acessar o vídeo do perfil do Gui Tank. Nela já é possível perceber seu tom mais despojado e descontraído. Ele começa o vídeo com uma referência explícita de uma receita feita por outra pessoa, e já nos adverte que vai prepará-la da sua maneira. Na legenda do vídeo o autor exalta o alimento como se fosse a melhor experiência da sua vida, utilizando expressões do tipo: "sensacional, imperdível"; e até uma referência ao divino com o

termo "oh, glória", todos em caixa alta para acompanhar seu próprio ritmo dentro das filmagens, que é de animação e euforia. O próprio modo na escolha de como vai preparar a receita do hambúrguer já nos conta sobre sua individualidade, ao invés de um lanche comum, o autor optou por fazer algo "vulcânico", que nos remete a uma expectativa de explosão de sabores.

**Figura 5 -** Vídeo do perfil do gui.tank - Preparo do alimento



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Crt06-xpAbH/>

**Figura 6 -** Vídeo do perfil do gui.tank - Preparo do alimento 2



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Crt06-xpAbH/>

Já as figuras 5 e 6 se enquadram dentro do ritual de preparação (McCRACKEN, 2003), é durante esse processo que os significados são transpostos no alimento. É possível perceber que a mesma linguagem de descontração e animação estão muito presentes durante todo o processo, dentro das figuras vemos o movimento que o indivíduo faz com o corpo, bruscos e exagerados, além do uso de frases como “pode arregaçar tudo”, “bronzear o pão”, e o uso da geleira como se fosse um forno e o microondas como se fosse uma geladeira, há essa troca de papéis que causa a sensação de diversão e despojamento. Essas associações, presentes no nível iconográfico de Peirce, conectam os telespectadores à individualidade do criador do conteúdo, levando ao conceito de algo criativo e inovador, como exposto nos comentários dentro das postagens (Figura 8).

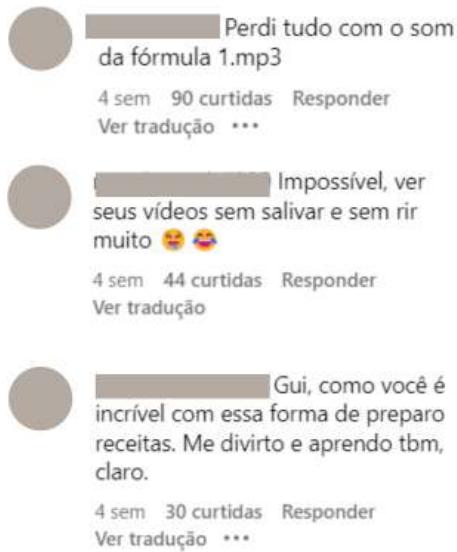
**Figura 7** - Vídeo do perfil do gui.tank - Consumo



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Crt06-xpAbH/>

A figura 7 mostra o ritual de consumo, que é realizado logo em seguida ao preparo, se mantendo na mesma linha do restante do vídeo, o autor do vídeo usa até um vocabulário com palavrões e gírias.

**Figura 8 - Vídeo do perfil do gui.tank - Comentários com mais curtidas**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Crt06-xpAbH/>

Em relação ao estudo das imagens (Figuras 5, 6 e 7), é possível ver que a iluminação presente no vídeo é totalmente artificial, não há presença de janelas ou luzes naturais, e por estarem posicionadas de maneira que o trabalho com o alimento fique em destaque, nós temos a sensação de mais profissionalismo. Além dos pequenos detalhes de cores quentes, como a faixa amarela e da própria comida, como o queijo.

O cenário remete a uma fábrica, com a parede imitando placas de ferro presas por parafusos gigantes e a presença de ferramentas como a furadeira (Figura 5), linhas mais retas e formatos geométricos mais quadrados, local no qual se transformam matéria prima em um produto para o consumo, assim como é feito com o próprio alimento.

O figurino do autor do conteúdo casa muito bem com todo o conceito de despojo que traz em seu vídeo a utilização de roupas largas com estampas divertidas e o uso de boné dentro da cozinha, substituindo seu chapéu de chef.

Vemos que o objetivo do autor é concretizado quando analisamos os comentários da publicação (Figura 8), ensinando receitas fáceis de um jeito divertido que prende o telespectador.

### 5.1.2. biricuticus\_ - “Biricu Burger #3 🍔”

**Figura 9** - Vídeo do perfil do biricuticus\_ - Biricu Burger



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/CsmXqjwOMVO/>

A figura 9 é a primeira impressão que temos quando acessamos o vídeo. A legenda consta o nome da receita e logo em seguida os ingredientes e o modo de preparo, não há uma apresentação ou frase que represente a emoção que será passada no vídeo. Porém quando analisamos o conteúdo do produto audiovisual, vemos que essa legenda condiz muito com o tom do mesmo, os cortes são rápidos e diretos, sem enrolação e com muito dinamismo.

**Figura 10** - Vídeo do perfil do biricuticus\_ - Apresentação



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/CsmXqjwOMVO/>

Se olharmos a parte topológica de Greimas e Floch, notamos que durante a maior parte do vídeo o ângulo de gravação é o Flat Lay<sup>2</sup>, esse ângulo é usado quando queremos evidenciar os formatos que o alimento tem, dando a impressão de que nós mesmos estamos preparando esse alimento, o que condiz com o intuito do autor, que é ensinar receitas rápidas e fáceis.

Por conta do uso desse ângulo, não é possível ver claramente o rosto do autor até o final do vídeo, porém ele faz uma pequena brincadeira com a vasilha em que vai modelar a carne, que reflete a luz do ambiente mostrando um pouco do seu rosto, como evidenciado no canto superior esquerdo da figura 10. Na legenda coloca um *oi* de forma longa e exagerada, para dar tempo de acenar e trazer um pouco mais de carisma para sua produção.

---

<sup>2</sup> Quando a gravação é feita por cima do objeto. Conceito retirado do curso “Fotografia Gastronômica Intimista” - Domestika

**Figura 11 - Vídeo do perfil do biricuticus\_ - Associações**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/CsmXqjwOMVO/>

O vídeo todo é narrado pelo autor e possui descrição. Na legenda do vídeo ele usa *emojis* que se relacionam com as imagens dos alimentos, como mostra a figura 11. Ou seja, além da narrativa auditiva, temos a parte visual do alimento e dos *emojis* que eles representam, trazendo a maior quantidade de conexões para que não ocorra confusão no modo de preparo da receita, promovendo ligação com a ideia de facilidade que o autor quer passar em seus vídeos.

**Figura 12 - Vídeo do perfil do biricuticus\_ - Jogo de Palavras 1**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/CsmXqjwOMVO/>

Figura 13 - Vídeo do perfil do biricuticus\_ - Jogo de Palavras 2



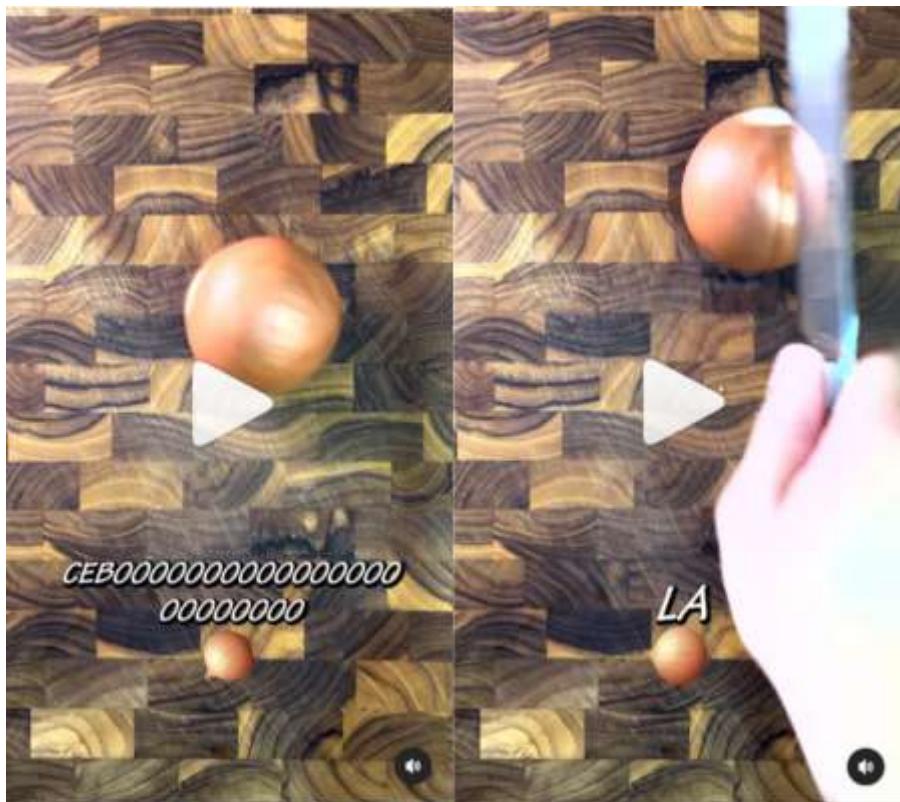
Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/CsmXqjwOMVO/>

A narrativa do vídeo é voltada majoritariamente para o uso de rimas, como se fosse uma poesia. Durante todo o processo vemos jogos de palavras, como na figura 12, em que usa a palavra *tira* de duas formas, o uso no substantivo e como verbo.

Esses jogos de palavra se perpetuam durante o processo, como vemos na figura 13, em que ele usa a palavra *fritar* para fazer uma associação com a gíria utilizada em festas<sup>3</sup>, associando com os recursos sonoros, no qual coloca uma música alta com batidas fortes, simulando o local de festa.

Ainda relacionado com a narrativa do vídeo, vemos a forte conexão da fala com a ação do usuário ao montar a receita. Na figura 14, ele realiza o corte do alimento em conjunto com a sílaba *La*, da cebola, criando laços mais fortes entre Imagem x Fala.

**Figura 14 - Vídeo do perfil do biricuticus\_ - Imagem x Fala**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/CsmXqjwOMVO/>

**Figura 15 - Vídeo do perfil do biricuticus\_ - Consumo**

<sup>3</sup> Sensação de euforia quando se dança freneticamente em uma festa.

Fonte: Dicionário Informal

<<a href="https://www.dicionarioinformal.com.br/fritar/#:~:text=Classifica%C3%A7%C3%A3o%20morfossint%C3%A1tica&amp;text=G%C3%ADria%20usada%20por%20usu%C3%A1rios%20de,n%C3%A3o%20consiguiu%20parar%20de%20dan%C3%A7ar.%22&gt;</a>



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/CsmXqjwOMVO/>

**Figura 16** - Vídeo do perfil do biricuticus\_ - Comentários e Interações

<p> Só esse pedacinho de felicidade ralada já foi uns 150,00 😊 1 sem 12 curtidas Responder Ver tradução Ocultar respostas</p> <p> <b>biricuticus_</b> @ricardopiazera a felicidade custa caro 😊 1 sem 12 curtidas Responder Ver tradução Ocultar respostas</p> <p> Pra gastar esse hambúrguer aí são quantas horas pulando corda @biricuticus_? 1 sem 2 curtidas Responder Ver tradução Ocultar respostas</p> <p> <b>biricuticus_</b> @saeta.art todas 🥰 1 sem 2 curtidas Responder ***</p>	<p> é engraçado que eu assisti esse vídeo no mudo mas ouvi exatamente como vc falou cada coisa 1 sem 9 curtidas Responder Ver tradução Ocultar respostas</p> <p> <b>biricuticus_</b> @liviaduartee limpadinhã 1 sem 4 curtidas Responder Ver tradução Ocultar respostas</p>
---	---

Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/CsmXqjwOMVO/>

Já na figura 15 relatamos o ritual de consumo, no qual o autor continua com a mesma linha de raciocínio que teve durante toda a construção do vídeo. O dinamismo está presente na hora de se alimentar, inclusive na fala “Comi tão rápido”, assim como as rimas em “aproveitar” e “chorar”. A posição da câmera muda e passa a focar em suas reações ao comer, um ângulo que dá a sensação de que somos amigos comendo juntos.

O autor leva o carisma e companheirismo das gravações para os comentários e interações, como vemos na figura 16. A identidade do mesmo está tão presente nos elementos visuais do vídeo, que uma telespectadora comenta que escuta sua narração, mesmo estando no mudo.

A iluminação do vídeo é completamente artificial, usada em um ângulo que não promove muito contraste, ou seja, vemos um ambiente muito iluminado, que se acentua com as próprias cores vibrantes do alimento, como o amarelo das batatas, queijo, temperos e o alaranjado do pão.

Todo o cenário e os elementos do vídeo nos direcionam o olhar somente ao alimento. Grande parte dos elementos apresentam curvas suaves, o uso de potes e panelas redondos remetem à questão do carisma e do próprio formato do lanche.

Quando analisamos o figurino do autor percebemos o uso de roupas com um tom mais frio, gerando contraste com o alimento, promovendo uma sensação de animação e profissionalismo.

### 5.1.3. cedriklorenzen - “once-upon-time burger”

**Figura 17** - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Primeira impressão



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CrrExRWpV98/>

A figura 17 representa a primeira impressão que temos quando acessamos o vídeo deste usuário. Já na legenda notamos uma diferença dos dois perfis analisamos anteriormente, vemos um tom mais sensual e de delicadeza ao usar termos como “One of us is getting wet tonight” (um de nós vai ficar molhado esta noite) e “once-upon-time” (era uma vez), remetendo uma linguagem de conto de fadas, como se sua receita fosse algo mágico.

Abaixo ele faz uma descrição geral da receita e logo em seguida coloca todos os ingredientes e modo de preparo. Porém ao analisar todo o conteúdo do vídeo e suas interações, percebemos que o foco principal não é ensinar como se prepara o alimento, mas ressaltar a beleza e instigar outros desejos além da fome.

**Figura 18** - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Consumo



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CrrExRWpV98/>

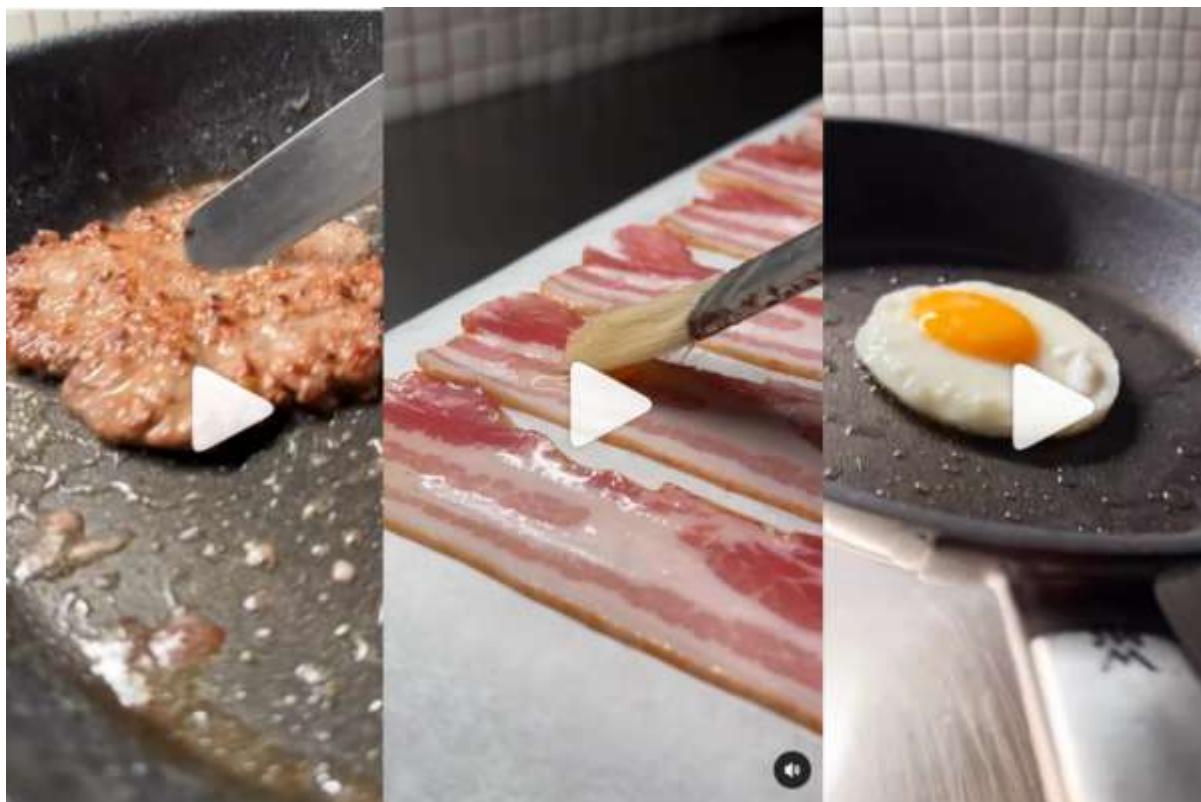
Outra característica que o diferencia dos vídeos analisados anteriormente, é que o conteúdo se inicia pelo ritual de consumo e não o de preparo (Figura 18). Essa inversão aparece nas características do vídeo, em que não é possível identificar exatamente a ordem de preparo dos ingredientes, seus cortes rápidos e ângulos inclinados dificultam o entendimento do preparo da receita, mas como dito antes esse não é o foco do conteúdo, apesar de estar presente na narrativa escrita o visual não a acompanha.

**Figura 19 - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Preparo**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CrrExRWpV98/>

**Figura 20 - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Delicadeza**

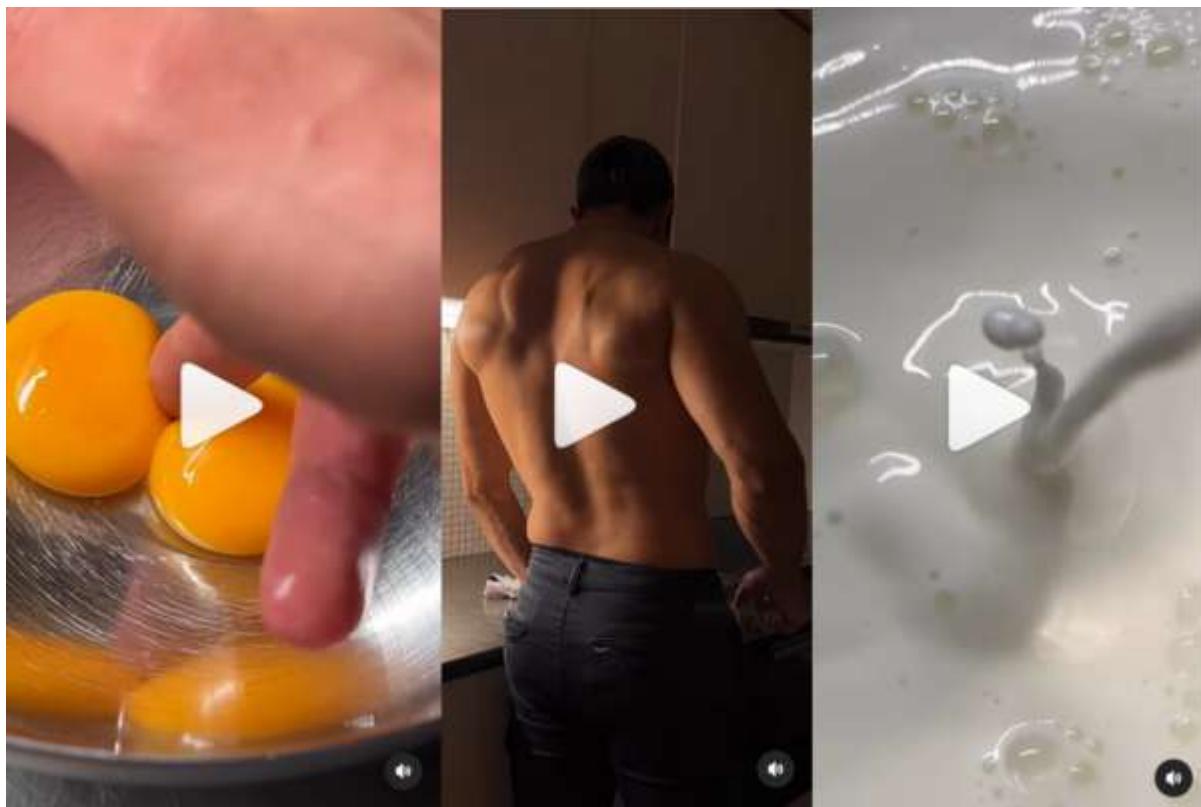


Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CrrExRWpV98/>

Nas figuras 19 e 20 percebemos que o detalhe e as texturas dos ingredientes são bem destacados, o que passa a impressão de leveza, apesar do hambúrguer ser conhecido por ser uma comida pesada e gordurosa. Vemos que essa sensação é direcionada também para o material em que ele utiliza para o preparo, a escolha do mixer ao invés de um liquidificador, um bico de confeito ao invés de uma colher, o uso do pincel no bacon como se fosse uma obra de arte, até a espátula para manipular a carne, que é menor e mais compacta comparada com as que estamos acostumados a ver em restaurantes.

O formato em que os alimentos nos são apresentados dão um toque de elegância ao prato, o ovo perfeitamente redondo, as tiras de bacon uniformes, a cebola com a casca seca e brilhante (Figuras 19 e 20), dando um ar de frescor para o prato.

**Figura 21 - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Sensualização**

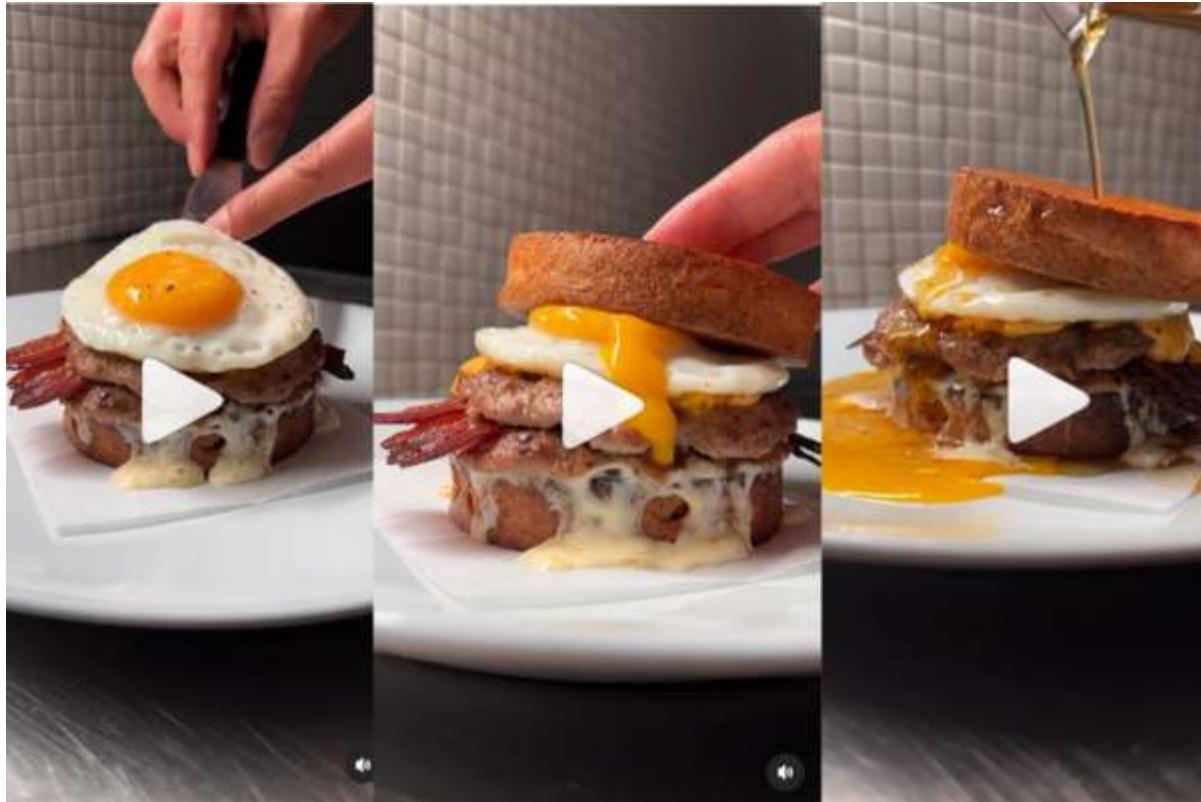


Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CrrExRWpV98/>

Já na figura 21 vemos a principal identidade do autor se destacando, que é a sensualidade e mistério, presente em todos os aspectos do vídeo. Os próprios movimentos ao cozinhar, nos passam a ideia de sexualidade, como o em que utiliza

com as gemas do ovo, como se acariciasse o alimento de forma excitante. O vídeo não apresenta uma narrativa, ou seja, o autor usa uma trilha sonora que é composta pela música *P power*<sup>4</sup>, que aborda temas explicitamente sexuais, como “We don't take breaks, she wan' fuck on the daily” (Nós não fazemos pausas, ela quer foder diariamente), o que corrobora com o sentimento de desejo presente na legenda e nos aspectos visuais do vídeo, o sentido literal de *Food Porn*<sup>5</sup>.

**Figura 22** - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Montagem



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CrrExRWpV98/>

<sup>4</sup> Canção de Gunna com a parceria de Drake.

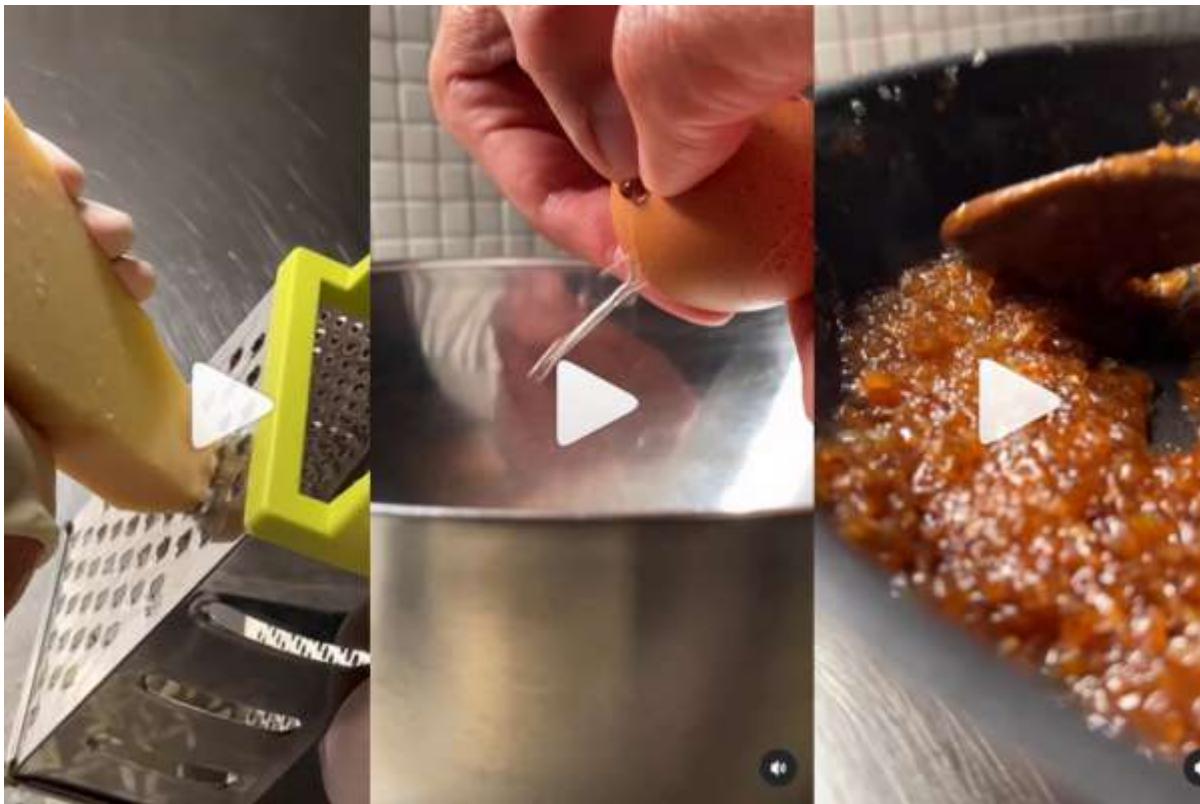
Fonte <<https://www.letras.mus.br/gunna/p-power-feat-drake/traducao.html>>

<sup>5</sup> Traduzido para o português como “pornografia alimentar”, refere-se à uma estética bonita do alimento na apresentação.

Fonte

<<https://blog.dipratos.com.br/o-que-e-food-porn-e-como-funciona-a-tecnica-para-fotos-de-comida/>>

**Figura 23 - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Ângulo**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CrrExRWpV98/>

Já nas figuras 22 e 23 podemos analisar o ângulo em que as filmagens são realizadas. Durante o ritual de preparação, o ângulo utilizado é o de 45°, nos dando uma visão mais ampla das texturas dos alimentos, reforçado com o zoom e os movimentos da câmera durante a filmagem (Figura 23). Porém essa posição muda durante o ritual de apresentação, um ângulo que nos coloca na mesma altura do alimento, percebendo sua complexidade de preparo presente nas diferentes camadas do lanche (Figura 22).

**Figura 24 - Vídeo do perfil do cedriklorenzen - Comentários**

Can you cook me? 😊😊

Tradução  
Você pode me cozinhar?

I also want your eggs in my sandwich 😊😊😊

Tradução  
Eu quero os seus ovos no meu sanduíche

I identify as egg yolk

Tradução  
Eu me identifico como uma gema de ovo

Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CrrExRWpV98/>

Todo o apelo para o sensual nos vídeos é percebido por quem assiste, como vemos na figura 24, os comentários e interações seguem esse padrão, os trocadilhos são feitos com conotação sexual, porém ainda incluindo o tópico do perfil, que é a alimentação.

A iluminação da filmagem é completamente artificial, bem direcionada e leve, os contrastes de luz e sombra passam a ideia de sensualidade e mistério dando mais volume para o alimento e destacando suas características .

Já o cenário é composto totalmente por cores neutras, como branco e cinza, promovendo toda a atenção para o alimento, se relacionando com todos os outros elementos do vídeo cujo foco é para as texturas e camadas da comida. Inclusive o próprio autor não é tão evidenciado, somente com aspectos que colaboram com a sensualização do vídeo, como na figura 21 em que aparece sem camisa. Seus movimentos bruscos, porém leves, mostram que sabe manusear um produto delicado com destreza.

#### 5.1.4. simplyni\_ - “steak & eggs”

**Figura 25** - Vídeo do perfil do simplyni\_- Primeira Impressão



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/Cpsvb9gqA4J/>

A figura 25 representa a primeira impressão que temos ao acessar o vídeo. Diferente dos outros perfis analisados, o primeiro foco não é no alimento e sim em quem vai prepará-lo, uma apresentação de si mesmo. Outra diferença é que em momento nenhum ele apresenta uma lista de ingredientes e o modo de preparo, ou seja, o foco principal não é ensinar a elaborar o prato, mas sim apenas encantar as pessoas com a beleza que aquele alimento pode trazer. Tanto que o vídeo não apresenta fala, somente durante sua apresentação, em que o autor do vídeo diz “Good Morning, let's begin” (Bom dia, vamos começar), após essa apresentação o áudio é composto uma trilha sonora com a música *Can I Call You Rose?* do Thee Sacred Souls, uma melodia suave e tranquila, junto com o som do preparo dos alimentos.

Ao analisarmos o conteúdo da legenda, vemos uma introdução à narrativa que será realizada durante o vídeo. O objetivo é preparar um prato para seu colega de quarto, por esse motivo ele não ensina em detalhes o preparo, é como se o telespectador tivesse o lugar desse colega e aproveitasse o carinho que é ter alguém cozinhando para você, ou seja, o foco principal do vídeo é o ritual de apresentação.

**Figura 26** - Vídeo do perfil do simplyni\_- Flores para um colega



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/Cpsvb9qqA4J/>

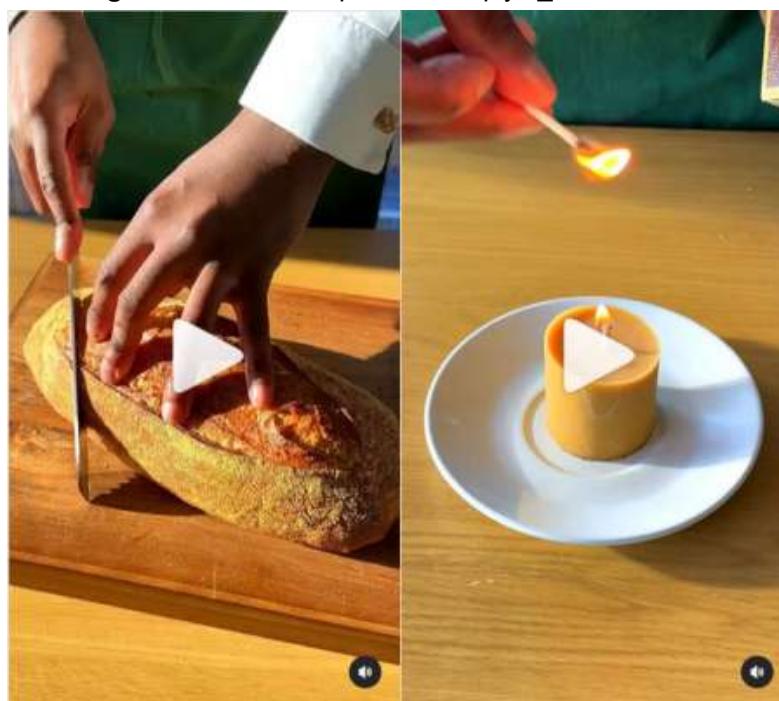
É possível ver a delicadeza e cuidado que ele tem com o telespectador através do gesto que é trazer flores e as colocar em um vaso (Figuras 25 e 26), para que se mantenham vivas e saudáveis, simbolizando a beleza e amizade, corroborando para a história que se pretende contar ao longo da narrativa visual.

**Figura 27 - Vídeo do perfil do simplyni\_- Diferencial 1**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/Cpsvb9gqA4J/>

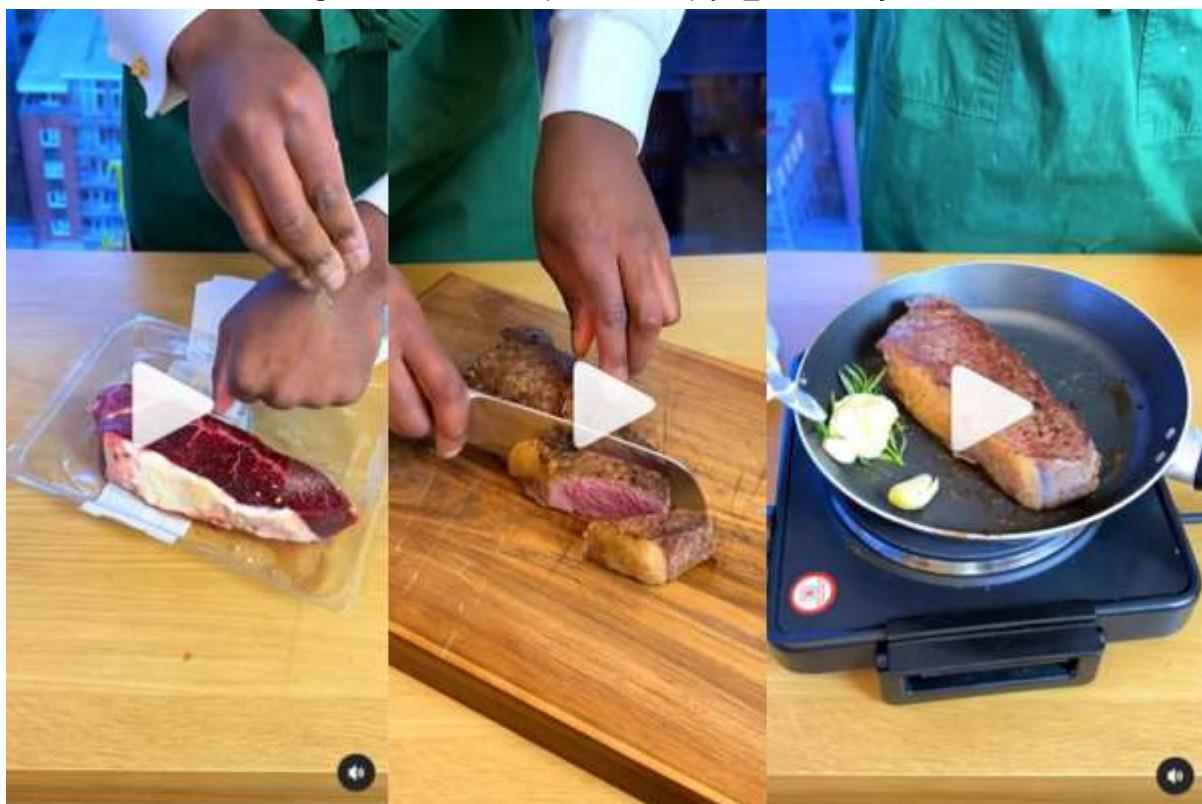
**Figura 28 - Vídeo do perfil do simplyni\_- Diferencial 2**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/Cpsvb9gqA4J/>

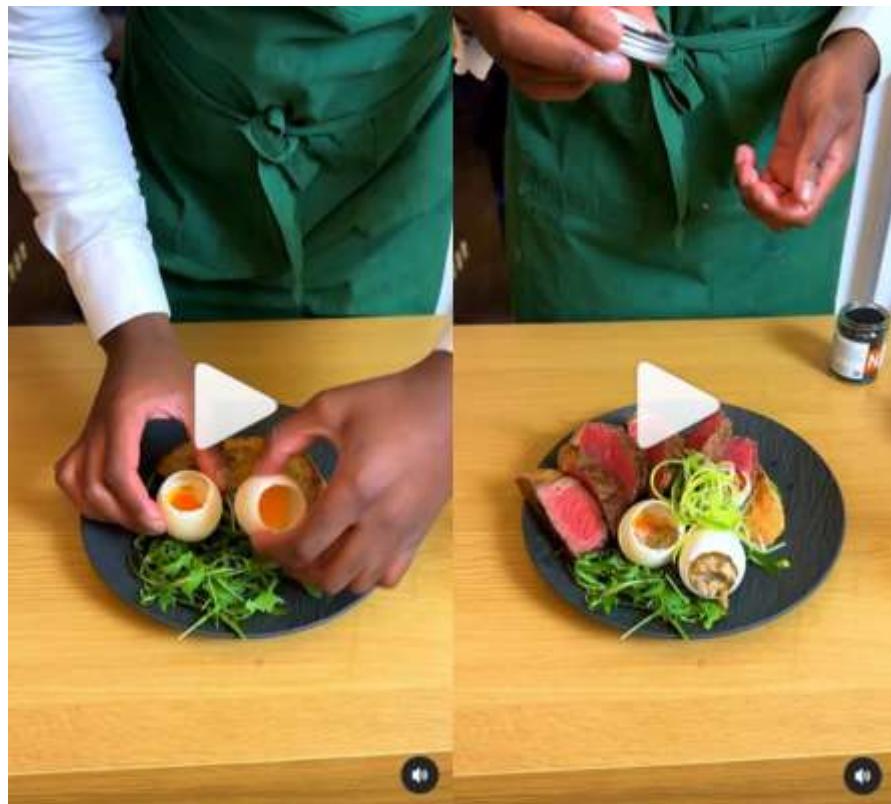
Ao assisti-lo preparar a receita vemos o carinho sendo transmitido através do manejo dos alimentos. A forma como quebra e prepara o ovo (Figura 27) demonstra preocupação e delicadeza, por ser um objeto super frágil, é necessário que haja uma habilidade específica para esse tipo de preparo. Já na figura 28 vemos a presença de uma vela, que além de deixar o ambiente com um toque mais romântico, é usada no preparo do pão, o que primeiramente causa estranhamento, mas ao assistirmos o resto do conteúdo percebemos que é feita artesanalmente de manteiga, trazendo novamente esse ar de sofisticação.

**Figura 29** - Vídeo do perfil do simplyni\_- Sofisticação



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/Cpsvb9gqA4J/>

**Figura 30** - Vídeo do perfil do simplyni\_- Apresentação

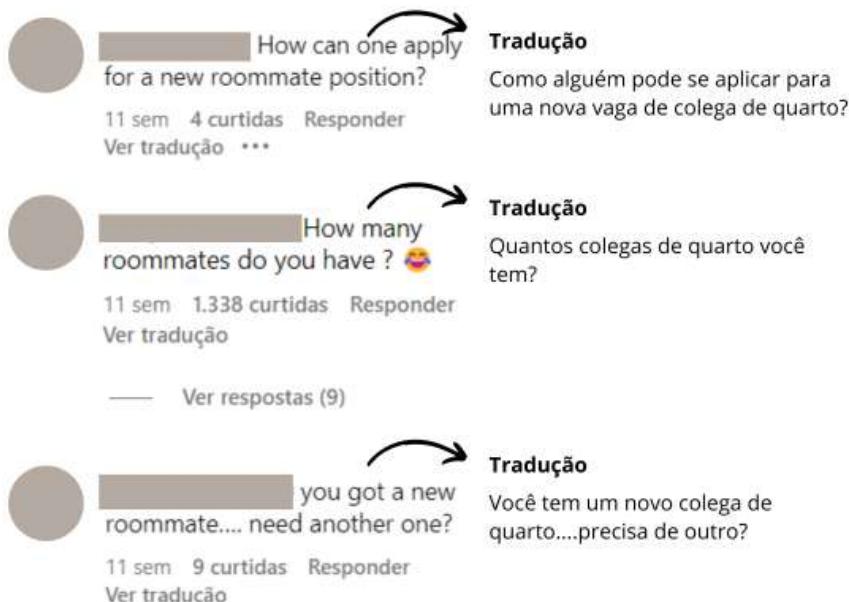


Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/Cpsvb9gqA4J/>

O autor do vídeo traz em sua narrativa o conceito de alimentação sofisticada, presente inclusive na montagem do seu prato principal, como vemos nas figuras 29 e 30. Com ingredientes muito parecidos com o vídeo analisado anteriormente, este autor traz a ideia de um hambúrguer desconstruído, contendo ovos, carne, pão, folhas, porém com uma aparência completamente diferente, como Eneus diz:

A estetização da mercadoria-alimento se funde à gastronomia, uma das grandes paixões da vida humana, tornando-se modo pelo qual o processo de alimentação ganha seus sentidos poéticos/estéticos, para justamente propiciarem nas mensagens os sentidos cinestésicos do visual que aguça o paladar. (TRINDADE, 2009, p. 43)

**Figura 31** - Vídeo do perfil do simplyn\_i\_- Comentários



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/Cpsvb9gqA4J/>

Quem assiste ao vídeo realmente se coloca no lugar do colega de quarto de Nígel, a quem destina seus pratos. Como vemos na figura 31, grande parte das interações do vídeo são pessoas que têm o desejo de se tornar o tão estimado colega, o que sustenta a ideia de que na verdade todos os telespectadores são tidos como esse personagem.

Em relação a iluminação do vídeo, todas as luzes são completamente naturais, tanto que vemos uma diferença de tons na filmagem na figura 27. Apesar de não ter o controle total sobre luz e sombra, o uso da luz solar transmite a sensação de frescor e toque orgânico, fazendo com que os ingredientes pareçam ter mais qualidade.

Já o cenário completa a narrativa, é como se estivesse em seu apartamento preparando a comida para seu colega. Ao fundo temos uma vista encantadora, que junto com o buquê de flores passam a ideia de afeição e aconchego. O figurino do autor é composto por duas partes, um terno que passa a ideia de sofisticação, e um avental que transmite profissionalismo.

Todos os elementos do vídeo são construídos de maneira que a narrativa de aconchego e afeto seja entregue da maneira mais eficaz possível.

### 5.1.5. nutrithais.castanha - "Hambúrguer no Emagrecimento"

**Figura 32** - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Primeira Impressão



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CsrgWv0Pqzn/>

Esse perfil que iremos analisar é de um agente oficial de transmissão de significado para o alimento, uma nutricionista. Ou seja, seu foco é orientar seu público para a melhor forma de se alimentar, ou seja, o ritual de preparação. Vemos esse comportamento logo quando acessamos seu vídeo (Figura 32), que além de ensinar a receita, tem o objetivo de estimular a uma mudança no comportamento e passar a sensação de tranquilidade, falando que mesmo na dieta é possível comer hambúrguer, conhecido por ser um alimento gorduroso e relacionado ao fast food, atitude que não caberia dentro de uma dieta para emagrecimento.

**Figura 33 - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Preparo**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CsrgWv0Pqzn/>

O vídeo não possui trilha sonora, somente a narração da autora ensinando como preparar o lanche, além do apoio visual com legendas (Figura 33). Durante o vídeo a autora mostra o passo a passo com detalhes da receita, especificando inclusive o tipo de carne e ingredientes que irá usar, para que assim entre dentro do objetivo da receita, que é poder incluir essa comida na dieta de pessoas que tem o objetivo o emagrecimento (Figuras 34 e 35).

**Figura 34 - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Ingredientes 1**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CsrgWv0Pqzn/>

**Figura 35 - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Ingredientes 2**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CsrgWv0Pgzn/>

Em relação ao cenário, vemos que é um ambiente caseiro, a cozinha da própria casa da autora, o que reforça o objetivo do vídeo de ser uma receita fácil e simples, que você pode fazer da sua própria casa.

Vemos que a gravação do vídeo causa a impressão de ser amadora por conta dos diferentes ângulos em que é gravado, além de não ter uma iluminação direcionada especificamente para a comida, ou seja, as imagens acabam ficando com sombras e contrastes que tiram o foco do alimento. O ângulo utilizado nas gravações é prioritariamente o de 45°, o que facilita na visualização das camadas do alimento, facilitando o entendimento do processo de montagem, que é um dos principais objetivos do vídeo.

Em nenhum momento do vídeo a própria autora aparece no vídeo, somente suas mãos para preparar a receita, porém ainda temos a sensação de proximidade. Além do cenário que é comum para todos, temos a apresentação de situações que podem acontecer com qualquer um, que é o seu animal de estimação aparecendo na gravação (Figura 33), trazendo a sensação de intimidade e afeto, como mostra a figura 36.

**Figura 36 - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Comentário**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CsrgWv0Pqzn/>

**Figura 37 - Vídeo do perfil da nutrithais.castanha - Chamada**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CsrgWv0Pqzn/>

Apesar da diferença em relação a equipamentos e cenários mais elaborados que analisamos anteriormente, o vídeo cumpre bem seu objetivo. Percebemos a identidade da autora em todo o processo, seu foco principal é ensinar de maneira fácil e prática como sua profissão não é passar dietas completamente restritivas, mas sim ajudar da melhor forma possível as pessoas a atingirem seus objetivos nutricionais divulgando seu trabalho (Figura 37).

### 5.1.6. surthycooks - "Alimento como crítica social"

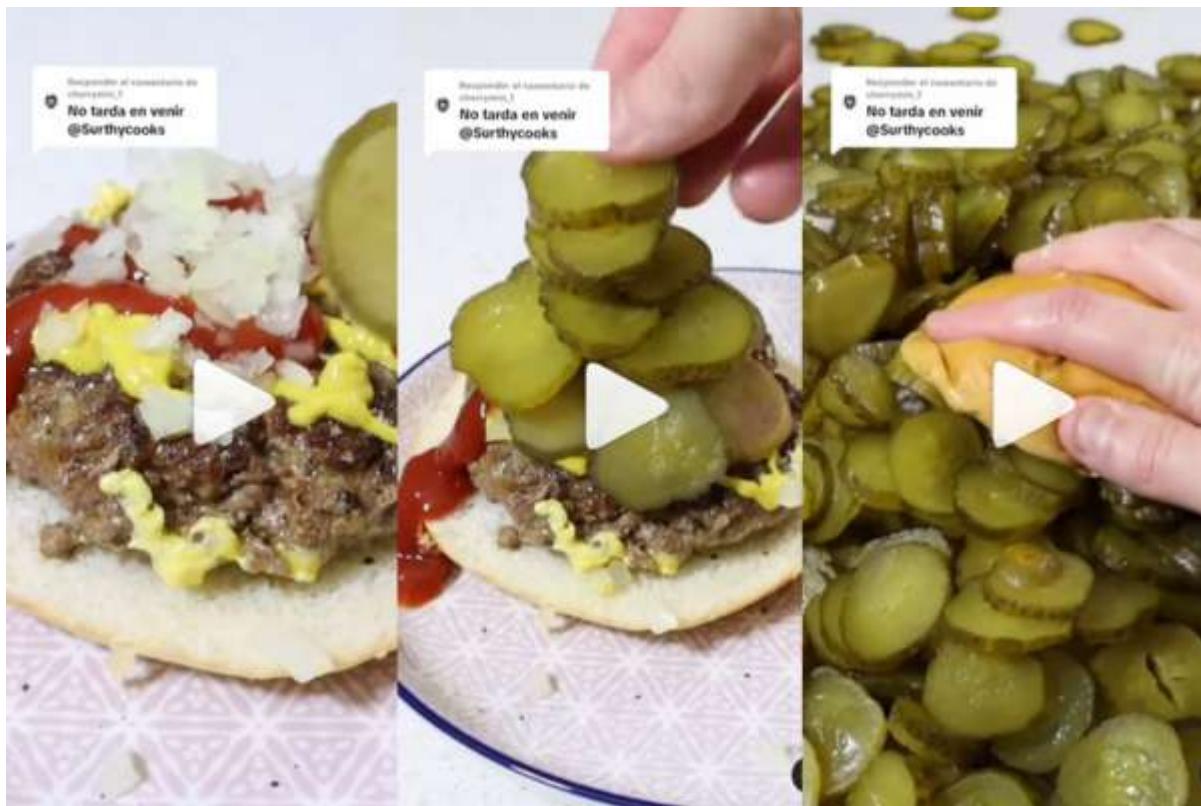
**Figura 38** - Vídeo do perfil da surthycooks - Primeira Impressão



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CtNTZ3SJ-uE/>

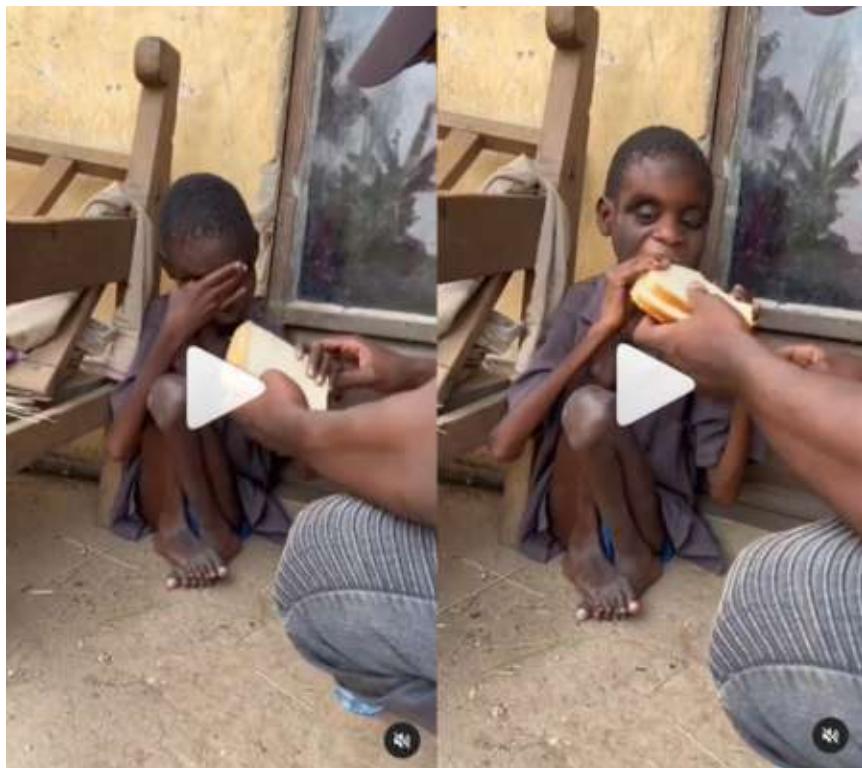
Diferente dos vídeos analisados até o momento, esse perfil não apresenta nenhum tipo de legenda quando acessamos o conteúdo, ou seja, não há pistas ou indícios de qual o objetivo da autora (Figura 38). O vídeo em si não apresenta nenhum tipo de narração ou áudio de fala, há uma trilha sonora, porém não está explícito o nome da música, dificultando a identificação do possível direcionamento que o conteúdo do vídeo vai tomar. A única escrita por parte da autora se encontra no canto superior esquerdo (Figura 38), uma tela em que o Instagram dá a opção de responder comentários em forma de vídeo, em que está escrito “No tarda en venir” (Não demore muito para vir), que remete a um pedido de socorro, como se a autora fosse ligada a algum tipo de super heroína que atende a pedidos de ajuda.

**Figura 39 - Vídeo do perfil da surthycooks - Exagero**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CtNTZ3SJ-uE/>

**Figura 40 - Vídeo do perfil da surthycooks - Fome**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CtNTZ3SJ-uE/>

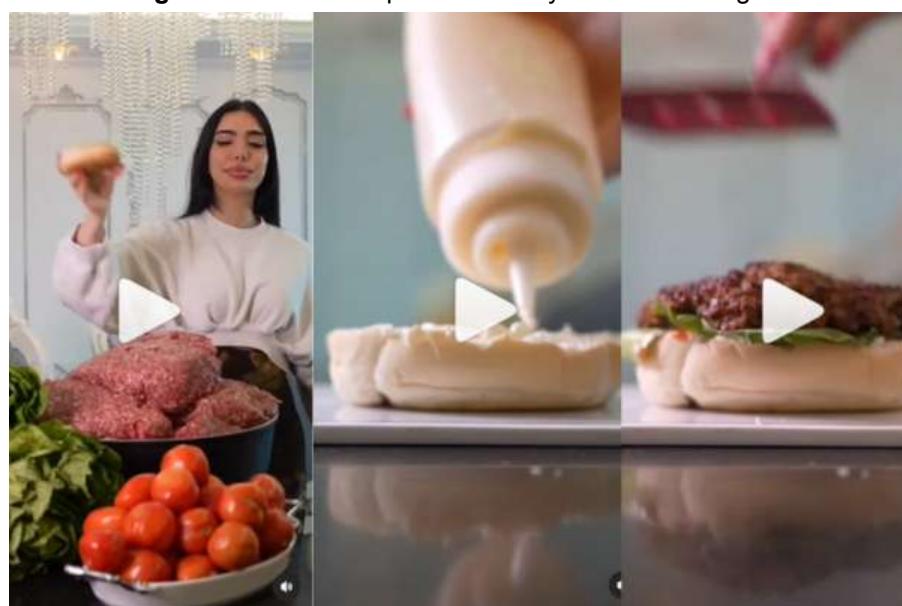
O conteúdo começa com o vídeo de outra pessoa (Figura 39), em que alguém está montando um lanche normalmente, porém começa a exagerar na quantidade de picles em proporções fora do comum. Nota-se que o pedido de ajuda se mantém presente durante todo essa parte do vídeo (Figura 39). Logo em seguida mostra a imagem de uma criança magra com fome comendo um pedaço de pão enquanto chora por ter conseguido se alimentar (Figura 40). Ou seja, a autora faz uma crítica a pessoas que desperdiçam alimento para ganhar *likes*, enquanto tem pessoas passando fome. Essa crítica se perpetua durante todo o conteúdo do vídeo, como analisaremos a seguir.

**Figura 41 - Vídeo do perfil da surthycooks - Preparo**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CtNTZ3SJ-uE/>

**Figura 42 - Vídeo do perfil da surthycooks - Montagem**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CtNTZ3SJ-uE/>

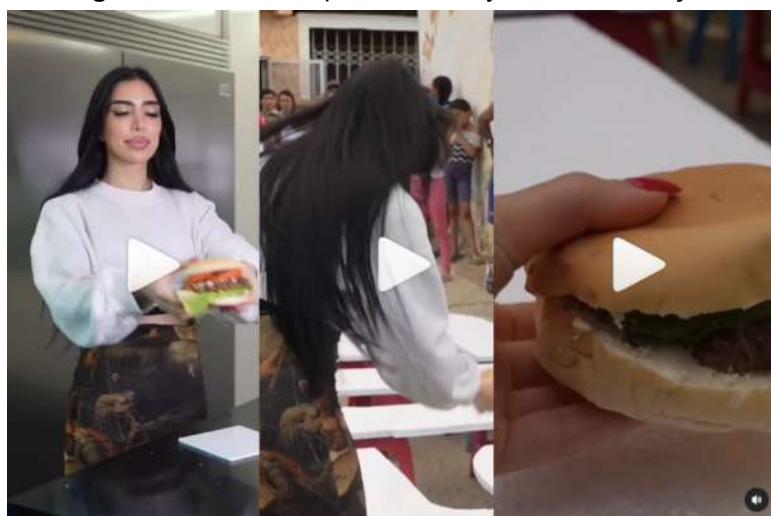
A primeira vez em que a autora aparece é durante a apresentação dos componentes para o preparo do hambúrguer (Figura 41). Não há em momento algum a descrição de quais são os ingredientes usados na receita, a quantidade exata de cada um ou o modo de preparo, vemos somente a montagem do lanche. O ângulo das gravações da montagem do alimento é o de zero graus, assim podemos ver com precisão quais ingredientes estão sendo utilizados identificando suas texturas e camadas, como a suculência da carne e a maciez do pão (Figura 42).

Apesar de ser um perfil voltado para alimentação, não há o objetivo de ensinar em como preparar o alimento, e sim na importância que ele tem para o ser humano, que apesar de todos os significados culturais e sociais que tem, ainda é uma necessidade fisiológica, não é algo para ser usado sem consciência.

O cenário em que é gravado o ritual de preparação é dentro da cozinha da autora, nos remetendo ao fato de que é uma atividade que todos podem fazer e aderir, trazendo a sensação de familiaridade e amigabilidade. Porém os elementos são de uma cozinha com móveis sofisticados, que são reforçados com o figurino da autora, que é composto por roupas mais formais, não são trajes usuais para o preparo de um alimento na cozinha, que junto com os outros elementos do vídeo trazem a ideia de justiceira abastada.

A iluminação presente no vídeo é composta por luzes naturais e artificiais, ao mesmo tempo que dá a sensação de frescura, temos a sensação de profissionalismo. Já em relação às cores, vemos que com a neutralidade do cenário, o que se destaca é o alimento com as cores vivas dos vegetais e da carne.

**Figura 43 - Vídeo do perfil da surthycooks - Transição**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CtNTZ3SJ-uE/>

Vemos em todo o momento do vídeo que os movimentos da autora são de extrema leveza e delicadeza (Figura 41), inclusive a transição das cenas (Figura 43), tirando o peso do alimento que é considerado algo pesado e gorduroso.

**Figura 44** - Vídeo do perfil da surthycooks - Pedido de Ajuda



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CtNTZ3SJ-uE/>

**Figura 45** - Vídeo do perfil da surthycooks - Distribuição



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CtNTZ3SJ-uE/>

Já nas figuras 44 e 45 vemos o principal objetivo do conteúdo do vídeo se concretizando, toda a quantidade de comida preparada foi distribuída para membros da comunidade da região em que a autora reside. Vemos na figura 44 que os lanches estão dispostos em uma mesa com formato de letras que juntas formam a palavra S.O.S., um código universal de pedido de socorro, que juntamente com o texto do início do vídeo passam a mensagem que a autora gostaria, que é de ajudar o próximo.

**Figura 46 - Vídeo do perfil da surthycooks - Comentários**

**Tradução**  
É incrível a quantidade de ódio que é lançado contra essa garota e ela não diz uma palavra, o importante é que ela continua fazendo o que faz, as pessoas que criticam dizendo que ela não deveria documentar suas ações com comida são as mesmas que nunca compartilharam um pedaço de pão com mortadela.

**Tradução**  
Obrigada por dar ao cachorrinho também

**Tradução**  
Eu realmente não me importo com o motivo pelo qual ela faz isso, seja fama, atenção ou dinheiro, ver esses sorrisos é sempre o que mais importa. Deus a abençoe e, por favor, continue fazendo isso

**Tradução**  
i really don't care what she does this for whether its fame, attention or money. seeing those smiles is always what matters the most. God bless you and please keep on doing this ❤️

Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/reel/CtNTZ3SJ-uE/>

A imagem de boa samaritana que a autora transmite ao divulgar suas boas ações têm impactos positivos em quem assiste, como na figura 46 em que pessoas comentam que não importa o motivo pelo qual ela realiza essas ações, mas sim que vale a pena ver o rosto de todas as crianças e adultos felizes. Além de ser um perfil em que há interações de pessoas de diferentes culturas, como vemos comentários em português, inglês e espanhol (Figura 46).

### 5.1.7. turkuazkitchen - "Black Gourmet Burger"

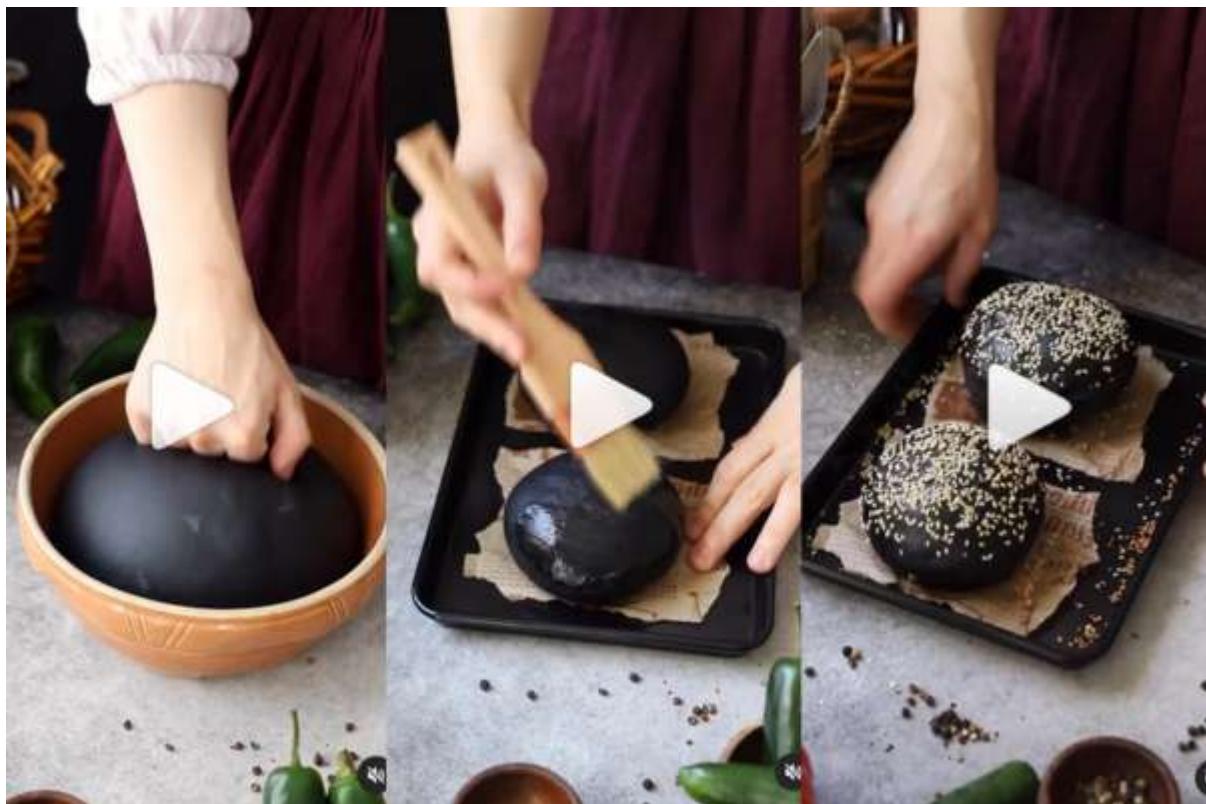
**Figura 47** - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Primeira Impressão



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cpxl0F0AhS8/>

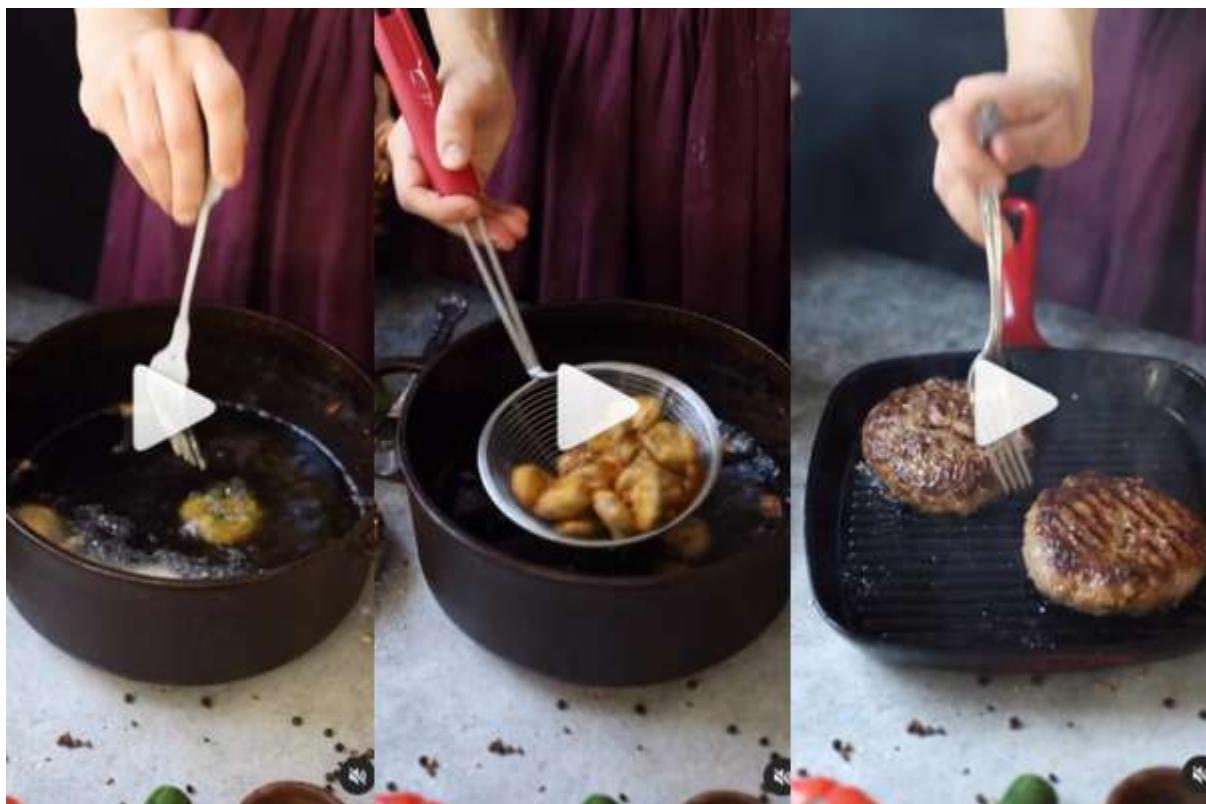
A figura 47 representa a primeira impressão quando acessamos o vídeo. Na legenda temos o título da receita e logo em seguida os ingredientes e o modo de preparo, uma linguagem direta, porém uma receita um pouco mais complexa com muitas camadas e níveis de dificuldade. Todo o ritual de preparação dos alimentos é completamente artesanal, desde a massa do pão ao recheio, passando a sensação de comida caseira, mesmo que a receita seja de um alimento pesado e gorduroso, o uso de ingredientes frescos combinado com todo o cenário e iluminação passam a sensação de leveza e delicadeza, como analisaremos a seguir.

**Figura 48 - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Sofisticação**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cpxl0F0AhS8/>

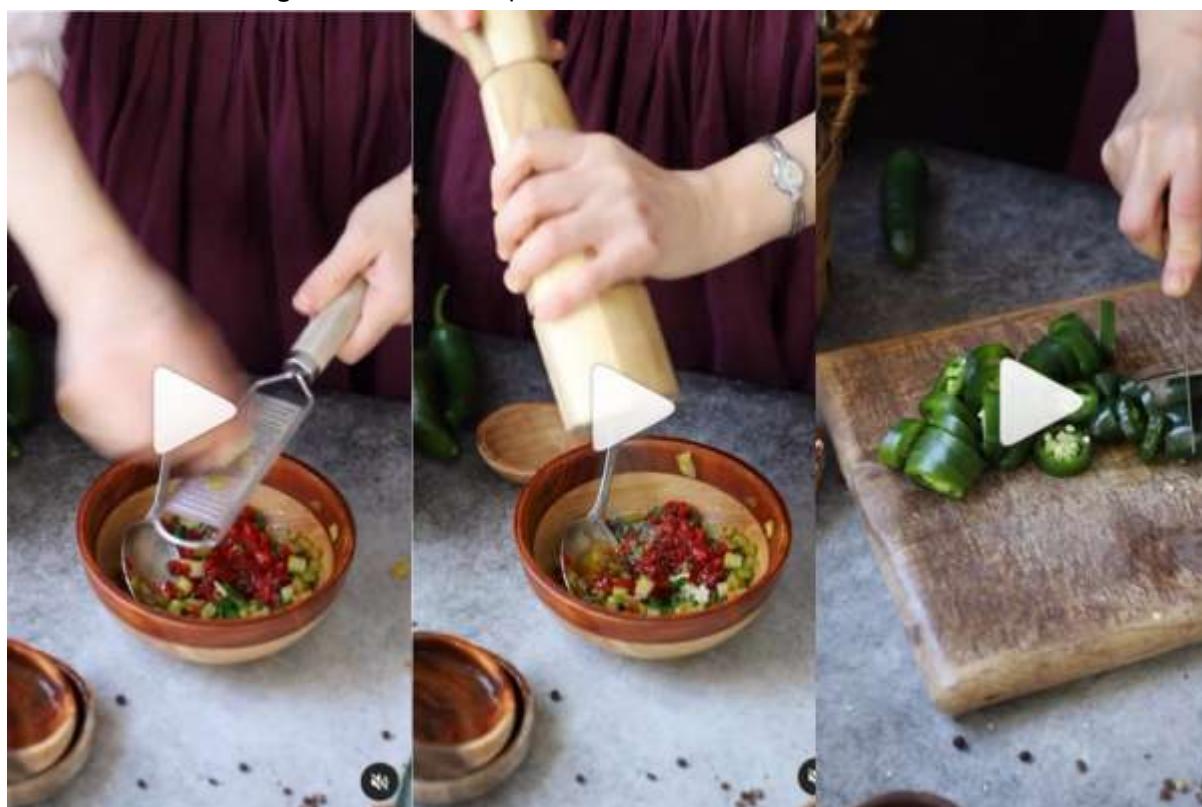
**Figura 49 - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Cenário**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cpxl0F0AhS8/>

As cores presentes tanto no cenário quanto nos alimentos são contrastantes, ou seja, o uso do vermelho e do verde dispostos nos alimentos na mesa, como as pimentas e pimentões, e das ferramentas de trabalho, como as alças da escumadeira e da frigideira, e inclusive do figurino da autora, passam a sensação de leveza e controle, pois todos os elementos são muito bem pensados e executados de maneira que fiquem dispostos uniformemente no quadro, direcionando o olhar do telespectador para o alimento (Figuras 47 e 49). Assim como a nitidez da imagem está no alimento que está sendo preparado e os elementos ao redor tem um leve desfoque, colaborando com o direcionamento do olhar (Figura 48). O uso da cor preta para o preparo da massa do pão passa a sensação de sofisticação, que junto com as cores dos outros elementos também passam a ideia de romantismo e aconchego (Figura 48). A pouca quantidade de cores presentes na imagem evidenciam ainda mais as texturas e iluminação do alimento em destaque.

**Figura 50** - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Ferramentas

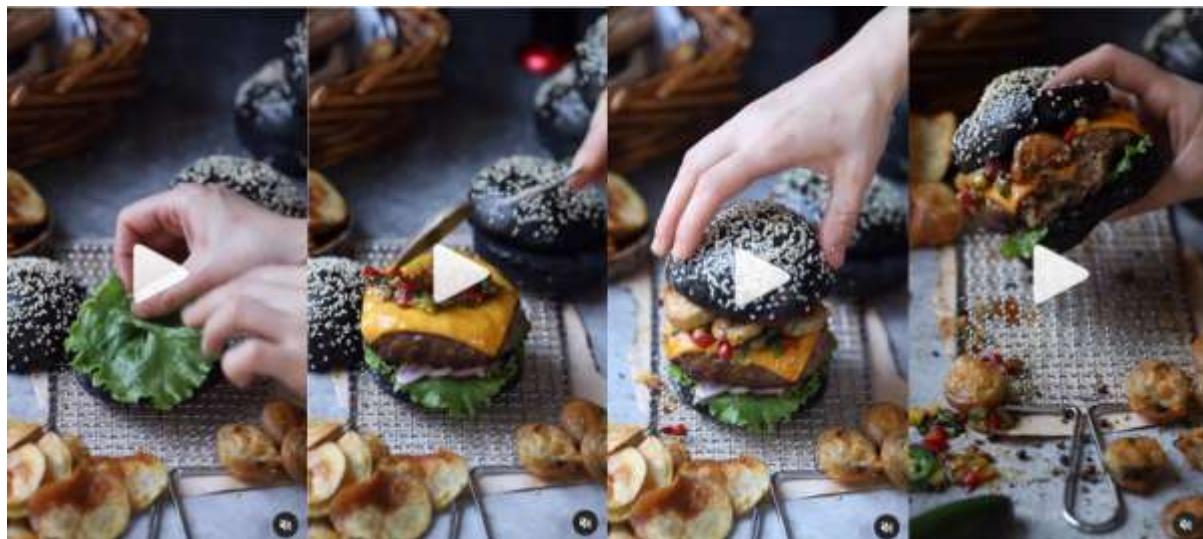


Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cpxl0F0AhS8/>

É notório que toda a construção do cenário e das ferramentas de trabalho tem o objetivo de passar uma sensação nostálgica. O uso de recipientes de madeira, das ferramentas com aspecto antigo e o figurino utilizado pela autora

passam essa sensação nos conectando com a história, além de corroborar com a ideia de um ambiente romântico e caseiro em que tudo é rústico, remetendo à ideia de comida de vó (Figura 50).

**Figura 51 - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Montagem**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cpxl0F0AhS8/>

O ângulo utilizado durante toda a filmagem é o 45° (Figura 51), nos apresentando a comida como se estivéssemos olhando para a vitrine de uma loja de alimentos despertando ainda mais o nosso desejo. Já a iluminação é completamente natural, evidenciando os contrastes de luz e sombra, direcionando o foco para o centro da imagem, no qual se encontra o foco principal.

O áudio presente na produção é composto pelo som do preparo dos alimentos e a música *Spring* de Andrea Vanzo, uma melodia clássica e leve, dando embasamento para a ambientação romântica e sofisticada presente na narrativa.

**Figura 52 - Vídeo do perfil da turkuazkitchen - Comentários**

How the heck did you make those black buns??? Those are BEAUTIFUL!!! ❤️ ❤️ ❤️

12 sem 277 curtidas Responder Ver tradução

— Ver respostas (26)

Tradução

Como diabos você fez esses pãezinhos pretos? Eles são LINDOS!!!

Did you use activated carbon for black burger?

12 sem 221 curtidas Responder Ver tradução

— Ver respostas (22)

Tradução

Você usou carvão ativado para o hambúrguer preto?

Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cpxl0F0AhS8/>

As interações presentes nos comentários da rede social são elogios em relação a beleza das filmagens e dos ingredientes utilizados diferentes do usual, como o pão preto. Também interações com perguntas em relação a receita, já que um dos focos da autora, além de transmitir a beleza dos alimentos, é ensinar o preparo da receita (Figura 52).

### 5.1.8. **sarahtrindadet - "HAMBÚRGUER de FEIJÃO"**

**Figura 53 - Vídeo do perfil da sarahtrindadet - Primeira Impressão**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cs4QMksJnB7/>

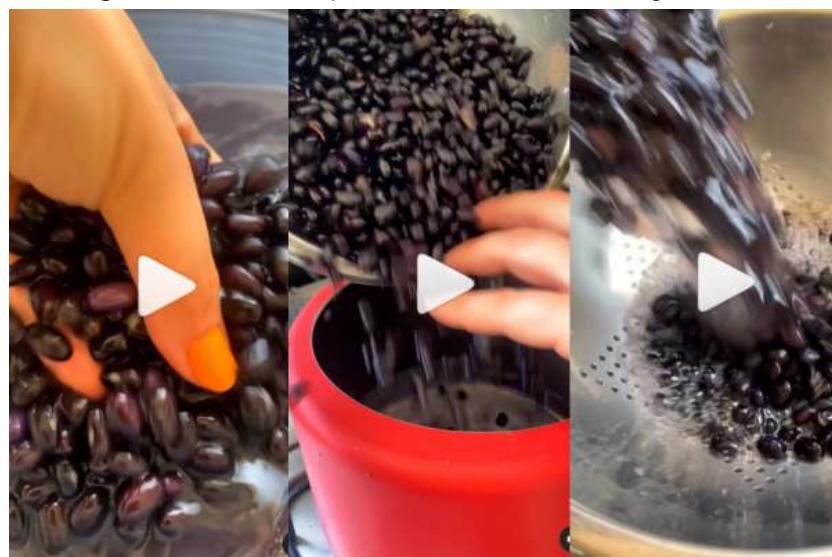
Diferente de todos os outros vídeos analisados, essa autora traz um conceito diferente do que é o hambúrguer, sua versão vegana feita de feijão preto. Vemos quando acessamos o vídeo que essa informação é a mais destacada na legenda, junto com a receita e a dica de economia e variedade no cardápio (Figura 53). O

vídeo se inicia pelo ritual de consumo, porém rapidamente a autora muda o direcionamento para o ritual de preparação, no qual ensina somente como fazer o substituto da carne com feijão (Figuras 54 e 55), ou seja, não há o passo a passo do preparo de outros componentes do lanche, como o molho (Figura 57).

O áudio do vídeo é composto pela narração da autora, com a receita e o modo de preparo, além da trilha sonora *Say Hello To Summertime* de Danger Twins, uma melodia que nos dá a sensação de tranquilidade e alegria.

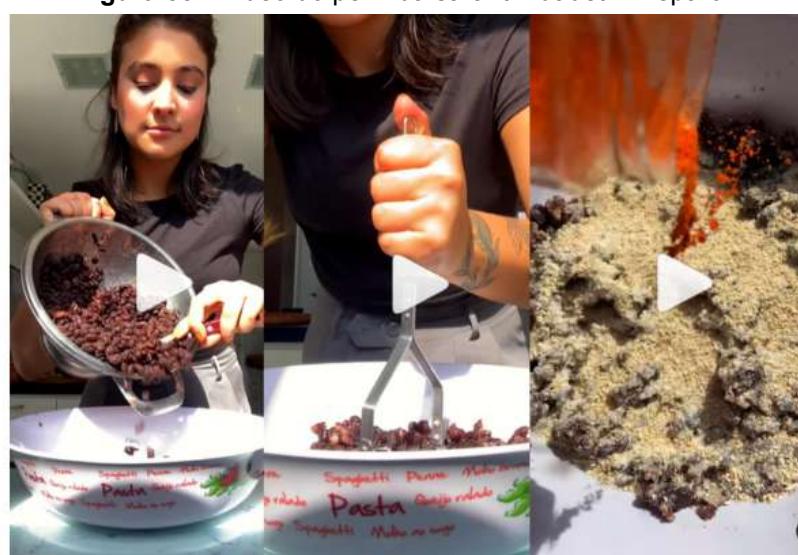
O vídeo não possui nenhuma legenda e na descrição do vídeo não há detalhado o modo de preparo, ou seja, só é possível absorver o conteúdo da receita com o áudio ligado.

**Figura 54 - Vídeo do perfil da sarahtrindadet - Ingredientes**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cs4QMksJnB7/>

**Figura 55 - Vídeo do perfil da sarahtrindadet - Preparo**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cs4QMksJnB7/>

Como o principal objetivo do vídeo é ensinar como usar o feijão no lugar da carne, a autora posiciona a câmera de modo em que esse ingrediente seja devidamente destacado (Figura 54), utilizando um ângulo de 45° para mostrar a textura e formato dos grãos. Já no momento em que ela muda esse ângulo (Figura 55) o foco sai do feijão e passa ser nas ferramentas que utiliza durante o preparo da receita.

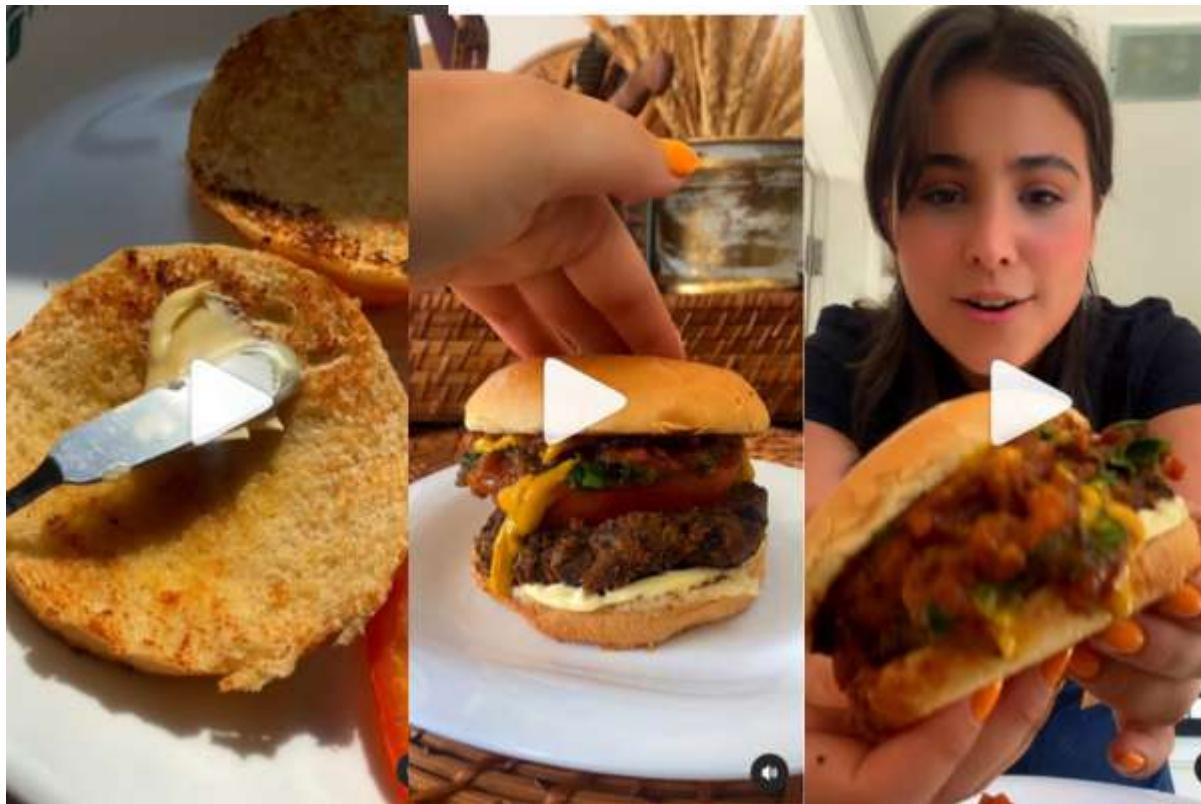
**Figura 56** - Vídeo do perfil da sarahtindadet - Iluminação



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cs4QMKsJnB7/>

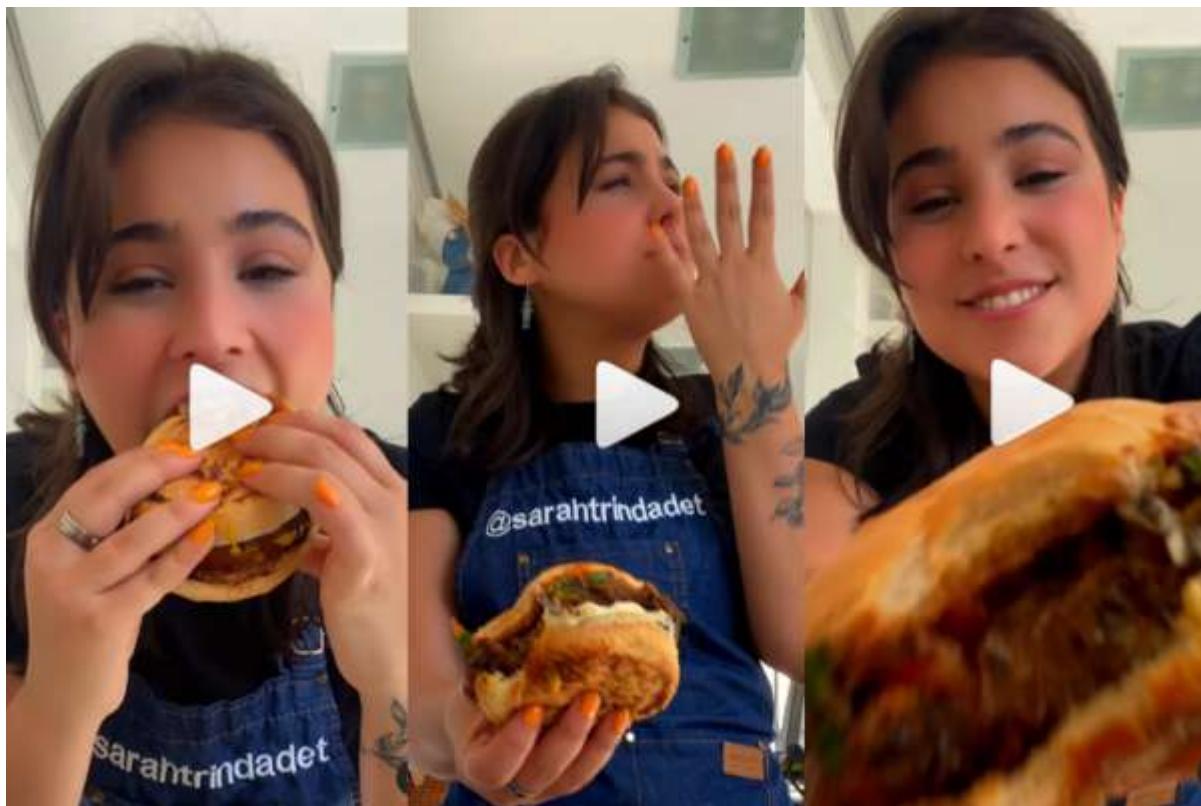
Em relação a iluminação, a utilização é completamente de luzes naturais, o que destaca o frescor dos ingredientes, que junto com o fato de serem leguminosas corrobora ainda mais com a sensação de natural e saudável (Figura 56). Já as cores presentes no vídeo são majoritariamente frias e análogas, passando a ideia de tranquilidade, que junto com o preto presente tanto nas ferramentas quanto no figurino, passam a ideia de sofisticação, que muitas vezes é ligada com o veganismo. Porém a autora quebra esse padrão quando ensina uma receita simples e barata, ou seja, o oposto da ideia coletiva de quem não pratica o veganismo que é uma alimentação cara e não saudável.

**Figura 57 - Vídeo do perfil da sarahtindadet - Montagem**



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cs4QMKsJnB7/>

**Figura 58 - Vídeo do perfil da sarahtindadet - Consumo**

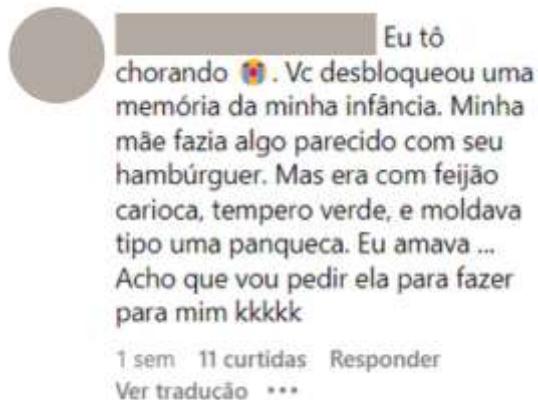


Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cs4QMKsJnB7/>

Quando olhamos para o cenário (Figuras 56 e 58), vemos que ela se encontra na cozinha da própria casa, na qual os móveis são majoritariamente brancos, ou seja, com o fundo neutro o que se destaca são os alimentos e a própria autora, com seus trajes que ornam com as cores utilizadas nos alimentos, além do avental criar a conexão com comida caseira e divulgar sua própria página nas redes sociais. Esses elementos juntos mostram que é uma receita acessível, colaborando para o objetivo da autora, como consta na descrição do vídeo (Figura 53).

Já no final do vídeo ela volta ao primeiro elemento mostrado (Figura 58), o ritual de consumo, que com toda a leveza mostra que um hambúrguer vegano pode ser tão bom e tão nutritivo quanto um feito de carne.

**Figura 59** - Vídeo do perfil da sarahtrindadet - Comentário



Fonte: Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cs4QMKsJnB7/>

Ao analisarmos um comentário na publicação, comprovamos o fato de que comida é memória e pode trazer lembranças e significados diferentes para cada pessoa, mesmo que preparado de maneira diferente do que estava acostumada, uma seguidora comentou que essa receita “desbloqueou uma memória” de sua infância e foi instigada a voltar a consumir essa receita (Figura 59).

## 5. 2. Discussão dos resultados

A partir da análise dos casos, é possível perceber que a culinária e a alimentação fazem parte da caracterização do indivíduo, se relacionando diretamente com sua identidade. Apesar do prato escolhido ter a mesma base para todas as receitas, percebemos que o modo como se relacionam e se comunicam com ela é completamente diferente. Quando analisamos os perfis por gênero vemos

que mesmo pertencendo ao mesmo grupo suas maneiras de se comunicar são completamente diferentes.

Ao voltarmos o olhar para os perfis do gênero feminino, vemos que apesar de existir semelhanças, como a delicadeza ao manusear os alimentos (Figuras 37, 42, 51 e 57), e a iluminação natural presente em três dos quatro perfis analisados; a história que cada uma conta em seu vídeo é completamente diferente. Vemos que o foco do perfil da *surthycooks* é a conscientização sobre o desperdício de alimento e incentivo em ajudar ao próximo. Já a *turkuazkitchen* tem o objetivo de romantizar o alimento, fazendo o telespectador se apaixonar pela beleza da comida ativando memórias e a nostalgia com a utilização de roupas e utensílios antigos, além do fato de trazer a sensação de ser um alimento saudável por fazer todo o processo artesanalmente sem o uso de industrializados. O perfil da *nutrithais.castanha* é a única agente oficial de transferência de significado, e vem para informar que hambúrguer pode sim ser saudável, se preparado com os ingredientes certos. E por fim, o perfil da *sarahtrindadet* que usa a receita do hambúrguer para desmistificar a gourmetização da alimentação vegana, que que aparenta ser inacessível, ela nos traz o conceito que é possível aproveitar ingredientes do cotidiano para preparar algo diferente e que cabe no seu bolso.

Quando analisamos os do gênero masculino notamos que os perfis do *gui.tank* e do *biricuticus\_* apresentam mais semelhanças entre si do que os outros dois perfis masculinos, os dois tem como objetivo principal ensinar a receita de uma maneira fácil e descontraída, porém executam isso de formas diferentes. O *gui.tank* recria uma receita já existente para analisar o sabor e o modo de preparo, com uma narração simples se utiliza de gírias e um linguajar mais informal se conectando com o público. Já o *biricuticus\_* ensina uma receita de sua autoria no qual utiliza a rima e a criação de referências para deixar o conteúdo divertido e criativo e prender a atenção do público. Já os perfis do *cedriklorenzen* e do *simplyni\_* a comida é tratada de forma muito mais sofisticada, sem narração e praticamente nenhuma fala no áudio do vídeo, o foco é muito mais na observação do preparo e o destaque das texturas dos ingredientes e não há essa preocupação em ensinar a receita para o telespectador. O *cedriklorenzen* traz o aspecto sensual da comida, a partir dos ângulos, cortes rápidos e a trilha sonora, o autor desperta um desejo em quem assiste, e como vemos nos comentários da publicação (Figura 24) esse desejo não é somente pela comida, é também por quem a prepara, trazendo o afrodisíaco para

uma receita de hambúrguer. Já o *simplyni\_* traz com ele a ideia de comida como afeto. Ao preparar a receita para seu colega de quarto e não ensinar exatamente qual o modo de preparo, ele traz o significado de que cozinhar para alguém é um gesto de carinho e passa essa sensação para quem está assistindo, que se sente no lugar desse colega, além da delicadeza de presentear a pessoa com flores no início do vídeo, que não transmite a sensação de romance, mas sim de cuidado.

É clara a diferenciação feita através do gênero, no qual vemos os perfis femininos sempre trazendo esse toque leve e fofo, já os perfis masculinos nos trazem essa questão do sexy e divertido. Ou seja, para a sociedade atual, quando vemos uma mulher de avental cozinhando as palavras dona de casa, mãe, fofa é o que vem à mente, já quando vemos um homem de avental pensamos em chefe de cozinha, cozinheiro, elegante. Percebemos que o machismo estrutural se encontra muito presente no mundo da gastronomia.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisas científicas e estudos utilizados neste trabalho foram de suma importância para entender o significado que a alimentação tem na vida das pessoas para além de sua função vital de nutrir o corpo. A alimentação pode comunicar culturas, histórias, memórias e identidades.

O trabalho de Flandrin e Montanari (1998) ajudou a entender como os costumes da alimentação no passado influenciam até os dias atuais como nos nutrimos e nos comportamos, sendo também visto como uma documento da história da nossa sociedade, comprovando ainda mais o papel comunicacional que a comida tem.

Já os estudos de Dantas (*et al.* 2019) nos mostraram como o processo de cultura da alimentação é diferente em cada nação, no Brasil por conta de nossas origens indígenas e africanas tínhamos a alimentação como instrumento de resistência, que hoje em dia, com a influência europeia do colonialismo português e as imigrações, moldam nossos cardápios.

Helisa Castro, Eunice Maciel e Rodrigo Maciel (2016), juntamente com outros autores, nos fizeram entender como a comida tem seu papel na construção da identidade do ser humano, sendo um fator indispensável na análise do caráter do indivíduo. Como, onde, com quem, o que comemos e a maneira como nos comportamos a mesa pode ser usado como um instrumento de estudo de como agimos em outros âmbitos de nossas vidas, por esse motivo vemos que é um costume social comum levar a pessoa para comer em um primeiro encontro.

Ao utilizar a teoria de Greimas (1983 apud TRINDADE, 2009), Floch (1990 apud TRINDADE, 2009) e McCracken (2003 apud TRINDADE, 20011) sobre semiótica e consumo, foi possível analisar diferentes perfis no Instagram que abordam o tema de alimentação, diferenciando entre eles a maneira como a mesma comida pode ser representada por diferentes identidades.

A partir de lembranças e memórias individuais vivenciadas pelos autores dos perfis e seu público, foi possível ativar “gatilhos” de memória coletiva, que despertaram em si vivências passadas ativando nossa memória episódica, criando assim um laço de afetividade com o conteúdo apresentado (CHAO; MAIA, 2016, p. 16). O maior exemplo que vemos desse conceito é o comentário de uma seguidora

falando que aquela receita "desbloqueou" uma memória de infância, criando a sensação de nostalgia e afeto (Figura 59).

A partir das análises foi possível comprovar o papel comunicacional que a comida tem na sociedade, além do seu papel fundamental na construção de identidades. Cada perfil com sua particularidades comunicam de formas diferentes o mesmo alimento, através da análise do ângulo de filmagem, cores, cenário, iluminação e comportamento, foi possível chegar nesse resultado.

Diante de tais considerações, recomenda-se para trabalhos futuros um maior aprofundamento sobre o tema com aplicação de pesquisas quantitativas e qualitativas com pessoas que têm o costume de consumir esse tipo de conteúdo e com pessoas que não tem o costume, sendo possível comparar como são absorvidos e qual o impacto que ele tem na construção da identidade também de quem assiste. Possibilitando analisar perfis em diversas redes sociais, não se limitando apenas ao Instagram, e a diferença de comportamento em cada uma delas. Por estes motivos, esta monografia é apenas um pequeno pedaço de um conjunto de estudos que podem surgir, para aprofundarmos cada vez mais o conhecimento da alimentação e seu papel comunicacional.

## REFERÊNCIAS

ABNT. **Memória implícita e explícita.** 2022. Disponível em: <https://www.normasabnt.org/memoria-implicita-e-explicita/>. Acesso em: 08 maio 2023.

ALBUQUERQUE, Wlamyra R. de. **O jogo da dissimulação: abolição e cidadania negra no Brasil.** 1a ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

AMON, Denise; MENASCHE, Renata. Comida como narrativa da memória social. **Sociedade e cultura**, v. 11, n. 1, p. 13-21, 2008.

BARRETO, Paulo Jefferson Pereira. **Uma análise semiótica sobre efeitos de identidade em experiências gastronômicas: do food porn ao soft food.** 2022.

BITTENCOURT, Rafaella Bordin Cauduro. **A identidade culinária como ferramenta de resistência para os imigrantes haitianos e venezuelanos.** 2019. 40 f. TCC (Graduação) - Curso de Biblioteconomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2019. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/212458>. Acesso em: 25 maio 2023.

CARRERA, F. Instagram no Facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, [S. I.], v. 11, n. 22, 2012. DOI: 10.5902/217549776850. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/6850>. Acesso em: 23 maio. 2023.

CASAGRANDE, Eduardo Marcelo. **A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NA IDENTIDADE DE ADOLESCENTES.** 2022. 52 f. TCC (Graduação) - Curso de Psicologia, Unifasipe, Sinop/Mt, 2022. Disponível em: <http://repositorio.unifasipe.com.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/530/MON%20-%20EDUARDO%20CASAGRANDE%20%28Salvo%20Automaticamente%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 maio 2023.

CASTRO, Helisa Canfield de; MACIEL, Maria Eunice; MACIEL, Rodrigo Araújo. Comida, cultura e identidade: conexões a partir do campo da gastronomia. **Ágora**, [S.L.], v. 18, n. 1, p. 18, 14 out. 2016. APESC - Associação Pro-Esino em Santa Cruz do Sul. <http://dx.doi.org/10.17058/agora.v18i1.7389>.

CHAO, Adelaide Rocha de La Torre; MAIA, João Luis de Araújo. Memória e identidade cultural da comida no Masterchef Brasil. **Diálogo Com A Economia Criativa**, [S.L.], v. 1, n. 3, p. 13, 19 dez. 2016. ESPM Rio de Janeiro. <http://dx.doi.org/10.22398/2525-2828.1313-24>.

COLVARA, Bianca Maciente; VIEIRA, Soraya Maria Ferreira. Comida e informação para todos: as redes sociais podem contribuir para a aprendizagem social do sujeito?. **Rotura–Revista de Comunicação, Cultura e Artes**, v. 2, n. 1, p. 54-61, 2022.

CORRÊA, Elizabeth Saad; SOUSA, André de Abreu de; OSVALD, Daniela. O estudo das redes sociais na comunicação digital: é preciso usar metáforas? **Estudos em Comunicação:** LABCOM, Universidade da Beira Interior, Portugal, v. 6, p.201-225, dez. 2009. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/06/pdf/elizabeth-correa-redes-sociais.pdf>. Acesso em: 23 maio 2023.

DANTAS, Rodrigo Perles et al. ALIMENTAÇÃO NO BRASIL COLÔNIA, UMA AULA-OFCINA: A INTERDISCIPLINARIDADE DE CONTEÚDOS E POSSIBILIDADES NO ENSINO DE HISTÓRIA. In: XI EPCC - ENCONTRO INTERNACIONAL DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA, 11., 2019, Maringá. **Anais** [...] . Maringá, Pr: Unicesumar, 2019. p. 1-9.

DA VEIGA KALIL FILHO, Marcos. Ponto de vista teórico-metodológico: aproximações da semiótica com a Gastronomia. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**, v. 1, n. 1.

DE BARROS, Natanael Soares; MACÊDO, Maria Erlúcia Cruz. A influência do marketing de relacionamento nas redes sociais para a decisão de compra do consumidor: The influence of relationship marketing in social networks for the consumer's buying decision. **Brazilian Journal of Development**, p. 54904-54917, 2022.

DE OLIVEIRA, Túlio Martins; DE LIMA SILVA, Gabriela Brito; DE SOUZA CORRÊA, Maria Iraê. **O gosto pelo regional: relações entre alimentação, regionalidade e identidade.** Disponível em: <https://doity.com.br/media/doity/submissoes/artigo-41f54822a8cbb0c83607c99f51a0e96a0aff4a73-arquivo.pdf>. Acesso em 23 maio 2023.

DÓRIA, Carlos Alberto. Flexionando o gênero: a subsunção do feminino no discurso moderno sobre o trabalho culinário. **Cadernos Pagu**, [S.L.], n. 39, p. 251-271, dez. 2012. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-83332012000200009>.

FLANDRIN, Jean-Louis & MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FREITAS, Maria do Carmo Soares de. **Agonia da fome**. Salvador: Edufba; 2003

FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional. 304p, 2009.

LINARES, Nicolás Llano; TRINDADE, Eneus. PROCESSOS DE MOVIMENTOS DE SIGNIFICADOS SIMBÓLICOS NO CONSUMO ALIMENTAR. **Revista Pensamento & Realidade**, São Paulo, v. 26, n. 2, p. 46-64, 07 dez. 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/7866/5752>. Acesso em: 02 abr. 2023.

LORIMER, Rosemeire Bertolini. **O impacto dos primeiros séculos de história da América Portuguesa na formação da brasiliade alimentar.** 2001. Tese (Doutorado em Nutrição) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. doi:10.11606/T.6.2020.tde-17032020-190733.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura.** São Paulo: editora SENAC São Paulo, 207p, 2008.

MULLER, Silvana Graudenz; FIALHO, Francisco Antonio Pereira. A preservação dos saberes, sabores e fazeres da gastronomia tradicional no Brasil. **Travessias**, v. 5, n. 1, 2011.

**PIXAR in a Box.** Produção de Khan Academy. Emeryville, Califórnia: Disney Pixar, 2023. Son., color. Disponível em: <https://www.khanacademy.org/computing/pixar>. Acesso em: 16 maio 2023.

RAMOS, Larissa Ivo. A comida como um direito a cultura e identidade. In: SEMOC - SEMANA DE MOBILIZAÇÃO CIENTÍFICA, 18., 2015, Salvador. **Artigo de Evento.** Salvador: Ucsal, 2015. p. 1-12. Disponível em: <http://ri.ucsal.br:8080/jspui/handle/prefix/4278>. Acesso em: 02 abr. 2023.

SALDANHA, Felipe Roberto Mayer Soares Rodrigues. **Frango com batata doce: uma análise sobre a construção da identidade fitness no Instagram.** 2014. 94 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Organizacional)—Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

SYLVESTRE, Ana Paula Melo. **O eu e o outro online: discurso, poder e identidade nas redes sociais.** 2013. 155 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Linguística, Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/13829>. Acesso em: 04 abr. 2023.

TRINDADE, Eneus. Semiótica e Publicidade de Alimentos: uma revisão teórica e aplicada. **Revista Pensamento & Realidade**, São Paulo, v. 24, n. 2, p. 29-46, out. 2009. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/7082/5123>. Acesso em: 02 abr. 2023.

ZUIN, Luís Fernando Soares; ZUIN, Poliana Bruno. Alimentação é cultura: aspectos históricos e culturais que envolvem a alimentação e o ato de se alimentar:[revisão]. **Nutrire Rev. Soc. Bras. Aliment. Nutr**, p. 225-241, 2009.