

# ACERCA DA CORRESPONDÊNCIA ENTRE PERCEPÇÃO VISUAL E GUSTATIVA

---

*On the correspondence of visual and gustatory perception*

*Sulla corrispondenza della percezione visiva e gustativa*

---

Nicola Perullo

Filósofo e professor de Estética e diretor do programa de Doutorado em Ecogastronomia e Sociedade da Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (Itália).

E-mail: nperullo@unisg.it

Tradução de Guilherme Lobão

Doutorando do programa de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), estuda as relações entre alimentação e comunicação por meio dos imaginários e da experiência estética.

E-mail: guilhermelobao@gmail.com

---

## Resumo

Este artigo trata do paradoxo de como uma experiência visual pode interferir na do paladar e vice-versa, considerando a história moderna que estabeleceu a arte ou a estética em sentido mais amplo como categorias a serem sentidas de modo privilegiado pelo aparato da visão e da audição. Embora haja uma crescente proliferação de imagens visuais, a gastronomia e gosto exercem um papel eminente neste processo. Considerando isto, uma imagem visual não é única e pode adotar diversas formas: uma série de sinais escritos é uma imagem visual tão legítima como uma fotografia, uma pintura e uma linha desenhada na areia. A partir de uma desconstrução da hierarquização dos sentidos ditos inferiores (olfato e paladar), observa-se as implicações das informações visuais em relação à experiência do paladar.

Palavras-chave: percepção, gosto, visão, estética, comida.

## Abstract

This article explores the paradox of how the visual experience may interfere with gustatory perception and vice-versa, considering that modern history has established art, or the Aesthetics in a wider perspective, as a category that should be evoked in a primary way through the senses of vision and hearing. Although there's a considerable proliferation of visual images on the interdisciplinary field of Gastronomic Sciences, gastronomy itself and taste play an eminent role in this process. So, a visual image is not the only one to claim a diverse amount of aesthetical perceptions: a series of written signals can be as legitimate as a photographic picture, a painting or a line drawn in the sand. From a deconstruction of the hierarchy of the senses historically considered inferiors (smell and taste), we take a look at the implications of visual information relating it to taste, as we bring out the relevance of taste for the gastronomic experience.

Keywords: perception, taste, vision, aesthetic, food.

## Resumen

Questo articolo tratta il paradosso di come un'esperienza visiva possa interferire con il gusto e viceversa, considerando la storia moderna che ha stabilito l'arte o l'estetica nel senso più ampio come categorie da privilegiare per essere sentite dal taglio della vista e dell'udito. Sebbene vi sia una crescente proliferazione di immagini visive, la gastronomia e il gusto svolgono un ruolo eminente in questo processo. Detto ciò, un'immagine visiva non è unica e può assumere molte forme: una serie di segni scritti è un'immagine visiva tanto legittima quanto una fotografia, un dipinto e una linea tracciata nella sabbia. Da una decostruzione della gerarchia dei sensi inferiori (odore e gusto), osserviamo le implicazioni delle informazioni visive in relazione all'esperienza del gusto, nonché la pertinenza del gusto per l'esperienza gastronomica livellata alla percezione di una determinata arte estetica proprio per il gusto, senza rinunciare agli altri sensi.

Palabras clave: percepción, gusto, vista, estética, cibo.

## Introdução

Enfrentamos hoje um curioso paradoxo: paladar, normalmente pensado como um 'sentido inferior' no sentido das hierarquias sensoriais, é celebrado e 'culturalizado' primeira e principalmente por intermédio da visão, o sentido supremo por excelência<sup>1</sup> se faz visível por todos: gastronomia, culinária, comida e vinhos em geral têm adquirido um lugar próprio como objetos de estudo, reflexão, educação e apreciação. Este paradoxo, na verdade, torna-se transparente neste momento: o processo para uma visada do gosto<sup>2</sup> nasceu e se desenvolveu no contexto das revoluções científicas e filosóficas da modernidade; ciência como um método analítico e experimental e filosofia principalmente concebida como epistemologia de um modelo de conhecimento baseado na distinção de sujeito e objeto. Neste contexto, o paladar é supostamente importante como 'algo' que deveríamos analisar e, então, objetivar<sup>3</sup>. Este processo coincide com o nascimento dos estudos de estética no século 18, o 'século do gosto'<sup>4</sup>. Uma teoria de subjetividade e julgamento acompanha o novo aparato sensível da arte e, mais genericamente, artefatos, incluindo os gustativos. Este mesmo período em que a gastronomia se estabeleceu socialmente como prática, foi também quando se estabeleceram os restaurantes e museus públicos.

Em respeito à relação entre a percepção visual e a gustativa, contudo, algo novo ocorreu ao longo do século 20, a reboque da invenção da fotografia e do cinema somados à revolução digital. Nas mais diversas áreas da cultura pop há uma crescente proliferação de imagens visuais: gastronomia e gosto exercem um papel eminente neste processo, considerando o vasto número de

---

<sup>1</sup> Em suma, as objeções generalizadas contra a importância filosófica do gosto enquanto sentido (paladar) e o conseqüente desprezo para com este se espalhou como problema concernente a três campos: epistemologia, estética e ética. Uma fraqueza epistemológica tem sido apontada, juntamente com sua conseqüência estética: o paladar pertence ao reino dos sentidos inferiores por que ele não permitiria o acesso a um conhecimento tão poderoso e objetivo do mundo como o conseguido pelas vias dos sentidos superiores (visão e audição). Esta fraqueza coincide com os perigos éticos da glotonaria e do excesso. Vejamos, por exemplo: *Food for Thought: Philosophy and Food* (TELFER, Elizabeth, New York: Routledge, 1996); *Making Sense of Taste, Food and Philosophy* (KORSMEYER, Carolyne, New York: Cornell University Press,

1999); *Taste as Experience. The Philosophy and Aesthetics of Food* (PERULLO, Nicola, New York: Columbia University Press, 2016).

*websites, blogs, programas de TV, filmes e ensaios fotográficos dedicados à comida: MasterChef e reality shows* similares, mas também fenômenos como o do *food porn* e do *foodstagramming*. Porém, uma imagem visual não é única e pode adotar diversas formas: uma série de sinais escritos é uma imagem visual tão legítima como uma fotografia, uma pintura e uma linha desenhada na areia. É, portanto, necessário esclarecer se esta variedade também significa diferenças no conteúdo e no resultado ou se a relação entre imagem e percepção gustativa se comporta de igual modo. A imagem expressa, evoca, indica e mostra os significados. Mostrar é demonstrar, provar e evidenciar os sentidos e o intelecto por meio da visão. Mostrar é mostrar algo: um objeto, um anúncio, um corpo, um prato, uma garrafa de vinho, por meio de um signo. O que significa mostrar o que seria principalmente valorizado e celebrado por meio de uma apreciação e desfrute do paladar?

Entretanto, este é um tema de grande discussão. Não nos sentamos à mesa, seja em casa ou em um restaurante (ou *wine bar*) para contemplar os pratos e ler os rótulos nas garrafas de vinho; mas sim para fisicamente comer, beber e consumir, muito embora às vezes -- como modo de destacar as diferenças -- conversemos sobre a degustação e a experiência culinária. Isso se deve à admiração visual provocada pelo prato ou pela leitura de um rótulo de vinho e não para nos saciar ou nos satisfazer por conta própria. O que estaria, portanto, em jogo quando visualmente apreciamos os artefatos culinários ao ponto de, às vezes, desenvolvermos admiração incondicional por

um cozinheiro baseado unicamente no juízo visual, ou predeterminarmos o sabor de um vinho após simplesmente ter feito a leitura do seu rótulo? Esta é a pergunta geral que gostaria de explorar neste artigo, dividido em duas partes. Na primeira, discuto a relação entre visão e paladar por meio do caso do rótulo de vinho, presumidamente um meio de informação que supostamente prefigura o sabor do vinho. Na segunda parte, eu trato mais genericamente da relação entre imagens e comida por meio do entendimento

---

<sup>2</sup> Em suma, as objeções generalizadas contra a importância filosófica do gosto enquanto sentido (paladar) e o conseqüente desprezo para com este se espalhou como problema concernente a três campos: epistemologia, estética e ética.

<sup>3</sup> Ver Steven Shapin, *The Sciences of Subjectivity*, *Social Studies of Science* 43 (2012): pp. 170-184.

<sup>4</sup> See George Dickie, *The Century of Taste: The Philosophical Odyssey of Taste in the Eighteenth Century* (Oxford and New York: Oxford University Press, 1996).

do ato de cozinhar como arte, algo que é muito importante hoje no que diz respeito ao papel assumido pelos chefs como criadores, autores ou artistas. A resposta que sugiro é que a relação entre a percepção visual e gustativa é uma contínua relação de correspondência. Preciso fazer um esclarecimento importante: como demonstrarei abaixo, por 'correspondência' não me refiro a nenhum '*adaequatio*', ou um possível acordo entre visão e paladar no sentido *adaequatio rei et intellectus*. Traduzindo do trabalho de Tim Ingold, pelo contrário, a definiria como a contínua relação e troca entre os dois sentidos, tal como uma correspondência postal: perguntar e questionar isso pode ser a base da argumentação, bem como do desacordo e do excesso<sup>5</sup>. Este raciocínio caminha em duas diferentes, porém relacionadas, direções. Por um lado, a experiência do gosto, a degustação de fato, que sempre excede a imagem. Por outro, a imagem guia, define, determina e insinua o gosto. Esta dupla implicação reforça um papel importante da visão e indica um compromisso ético para a produção das imagens. A perspectiva que proponho aqui é também uma crítica à concepção convencional que considera o paladar um sentido inferior em relação à visão e à audição: como eu tento indicar, os sentidos indexados isoladamente são apenas uma abstração. Na verdade, o paladar sempre fora realçado pela visão -- e isso é particularmente verdadeiro hoje; embora, simultaneamente, no caso da comida, a percepção visual tenha sido igualmente modificado pela percepção gustativa, em um dinâmico processo de correspondência mútua.

## 1. (Não) Leia o rótulo

Enquanto escrevo essas linhas bebo um vinho chamado Iconoclaste. Curioso! Diante de mim, pouco a pouco dentro de mim, o próprio paradoxo sobre o qual desejaria escrever se desdobra. Aqui, diante de mim: à frente dos meus olhos, próximo à minha boca. Eu tenho um rótulo de vinho que nega-se, porque ele exige a negação da sua aparência. O paradoxo que aponto não se refere a *Appellation* (de *Appellation d'Origine Contrôlée*,

<sup>5</sup> Ver *The Life of Lines* (INGOLD, Tim, London and New York: Routledge, 2015).

A.O.C.), Denominação (de Denominação de Origem Controlada, D.O.C.) ou indicação geográfica (ao qual retornarei abaixo). É mais do que uma questão geral: o que uma imagem – um rótulo – mostra, expressa ou indica? Neste caso, parece-me que o Iconoclaste explicitamente sugere sua própria supressão. Mas funcionaria de modo diferente de outro rótulo mais conservador, por exemplo?

Como é sabido, um rótulo não é apenas uma marca. Pode ser também um símbolo ou mesmo um ícone. Indica uma relação com a fonte, um presumido ponto de origem – uma localidade física, uma denominação, uma propriedade – do qual um processo deriva, uma cadeia de eventos que levam ao fim e ao propósito do processo. Alguns rótulos descrevem ou evocam o próprio processo. No caso de comida e vinho, este processo é o do consumo. O rótulo é feito para ser consumido, destruído de fato. É como uma placa na estrada apontando para uma cidade: ela não consegue expressar propriamente aquela cidade, apenas evocá-la, aludi-la. Portanto, um rótulo não significa nada, senão a promessa de uma experiência. Indicar, aludir e evocar não significa -- ao menos se acreditamos que para significar fosse necessário produzir uma relação estreita entre palavra ou signo e a "coisa", o objeto: quanto um rótulo escrito "Barolo", de um produtor clássico, pode garantir a experiência de "eu vou querer este vinho"? Muito pouco. E este pouco não depende do significado do rótulo, senão, possivelmente, da memória e das informações registradas a partir de experiências prévias. Portanto, a iconoclastia aparece menos paradoxal do que pensamos: um rótulo de vinho é um signo apontando para aquilo que, por definição, não deixará traços -- apartado da memória daqueles que o beberam ou a que o descreveram em palavras. Historicamente, escrever sobre o gosto da comida e do vinho tem sido um traço daquilo que não está mais presente. Sentir o gosto e escrever, neste sentido, compartilham do mesmo destino que os vinculam à visão e à oralidade numa forma subordinada e marginal, ao contrário de uma suposta presença "completa"<sup>6</sup>. A questão não é apenas abstrata e especulativa. Os problemas relacionados à rotulagem, embora digam respeito a legislação e regulação, abrem-se à problemática da justiça: seria possível fazer jus a um vinho apenas pela leitura de seu rótulo? Aparentemente não, no entanto, tampouco estamos diante de uma questão simples. Vejamos em detalhe a partir daqui.

De um lado, o rótulo dotado até mesmo das melhores intenções não pode dizer tudo que se poderia acerca do vinho. Aqui não me refiro ao debate acerca da transparência nos rótulos de bens alimentícios, se é necessário ou não informar o consumidor sobre os ingredientes ali contidos. O problema concerne às questões de autenticidade e qualidade da memória, da expectativa do sabor e a experiência estética. Vejamos o exemplo do Barolo. Separemos dois: sendo um 'Vintage' e o outro 'Cru'. O primeiro vem de uma família residente em Langa (Itália) por muitas gerações. O segundo é produzido por um jovem casal suíço que se estabeleceu há poucos anos na mesma região, no Piemonte italiano, mas com diferentes bagagens profissionais. Vamos aventar uma hipótese que o vinho -- de fato, este é o caso frequente -- fora produzido de formas diferentes. Como poderíamos dizer qual o mais autêntico das duas produções de Barolo? Qual representa mais profundamente seu território? O que nos aproxima de uma resposta? Como sabemos, o rótulo não pode nos dizer nada acerca dessas diferenças (e frequentemente, de fato, acaba por não dizer muita coisa), e assim não teria nenhuma serventia em estabelecer qual dos dois seria mais autêntico. Apenas a experiência gustativa, de beber o vinho, poderia prover bases para uma resposta. Autenticidade não é definida abstratamente, afinal falamos de um contínuo processo de autenticação. Poderíamos até concluir e, talvez, que esta é a mais provável solução: que os dois (Barolo), embora tão diferentes entre si, são autênticos, ajustando assim nossa medida de autenticidade para ampliar o conjunto de critérios e reconhecer dentre eles, graças à experiência gustativa, alguns traços e semelhanças que nos são familiares. A respeito disto, portanto, o rótulo não terá capacidade dizente. O mapa do território não é o território. Palavras e imagens não são coisas.

Por outro lado, contudo, algo bem diferente pode ocorrer, capaz de restabelecer um poder normativo absoluto do rótulo – algo que iria além da indexação lógica que buscamos até então: podemos simplesmente confiar que ele resolveria a disputa no âmbito da degustação. Para nós, os dois (Barolo) parecem ter sabores completamente diferentes entre si, mas continuam ambos a serem classificados como Barolo, uma vez que a legislação assim obriga. Se olharmos mais de perto, este poder do rótulo é um poder da visão:

<sup>6</sup> A clássica referência aqui é Jacques Derrida: *Writing and Difference* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 1978).

o rótulo deveria ser lido. Neste caso, a escrita ocorre no processo que começa em testemunhar a experiência a descrevê-la. O poder da escrita – e consequentemente da imagem visual de um rótulo – é performativo e preditivo: aquele vinho é um Barolo porquanto o chamamos assim e o gosto é moldado de acordo com o poder performativo da sua nomeação<sup>7</sup>. Mas, é claro que o poder preditivo do rótulo não nasce por acaso: mas é resultado de um longo processo normativo que leva à criação de vários tipos de denominações geográficas.

Em respeito ao vinho, há três relevantes aspectos que qualificam tais denominações: (I) elas identificam um alcance espacial e uma dada área delimitada geograficamente; (II) elas não têm limites temporais; (III) elas identificam algumas propriedades consideradas essenciais ao objeto protegido, neste caso o vinho. Em respeito ao nosso exemplo: a classificação do Barolo DOCG é determinado de acordo como algumas porções de terra de uma dada área correspondente às municipalidades de Langhe; o 'Barolo' DOCG não possui limites temporais; o 'Barolo' DOCG está sujeito a regras (disciplinares), que regulam certos aspectos considerados necessários – segundo os âmbitos viticulturais e enológicos – para uma bebida obtida da fermentação alcoólica de certas uvas a serem engarrafadas com este rótulo. Os dois primeiros aspectos referem-se ao que é chamado de '*terroir*'. O terceiro, por outro lado, se refere aos elementos tecnológicos e científicos<sup>8</sup>.

Esses três aspectos, contudo, simplesmente corroboram a tese da natureza do rótulo e a norma sob o qual é produzido o vinho, dentro de uma paradoxalidade circular. Sem entrar em detalhes, é suficiente para recordar o seguinte: o *terroir*, uma área e o Cru compõem uma constelação de clima e microclima, a vida do solo e todos esses elementos que criam um determinado ecossistema, obviamente incluindo os antrópicos, juntamente a tradições e estilos individuais e comunitários. Isso tudo, no entanto, não é estático. É produzido e modificado constantemente (podemos pensar, por exemplo, no impacto do aquecimento global no amadurecimento de uma fruta, ou na imprevisibilidade dos ventos, ou mesmo nas mais diferentes mãos e pés que

<sup>7</sup> Ver John L. Austin, *How to Do Things with Words* (Oxford: Oxford University Press, 1962).

<sup>8</sup> Ver Andrea Borghini, 'On Being the Same Wine', *Rivista di Estetica* 51 (2012): 175–92.

tocam a vinícola, ou sobre a poda das videiras, as erosões, as estradas construídas próximas às plantações). Quais seriam as fronteiras para os domínios da identidade? E, claro, quem faz com que este processo se inicie? Como e quando? Sabemos que é um corpo social, uma comunidade variada composta por produtores, experts, mercados, gourmands etc.. Mas seria isso tudo que poderíamos dizer? O *terroir* é um organismo vivo que muda por influência espacial, geográfica, temporal, histórica, social e cultural. É o mesmo para o terceiro aspecto, concernente à tecnologia: há tão diferentes estilos e projetos para se produzir vinho, tantas variáveis (dependente das escolhas conscientes e fatores incontrolláveis), que é impossível incluí-las todas em um definitivo documento de regulação. Na verdade, nos últimos 40 anos temos visto regulações se ajustarem às modificações causadas por esses três aspectos apontados acima. Em suma, é como se a legislação – e especialmente o rótulo, como a mais imediata e comercial expressão do aparato legal que rege esta produção -- ratificasse frequentemente as práticas e os critérios a partir dos fatores externos: o mercado, os consumidores, os entusiastas e os experts.

Consequentemente, a circularidade paradoxal à qual fazia alusão aponta que tanto a identificação legal do espaço físico estático como os rígidos protocolos que regulamentam a dinâmica do processo não passam de abstrações. Talvez sejam necessárias abstrações, mas certamente insuficientes, uma vez que a legislação não consegue antecipar as modificações que ocorrem continuamente, mas apenas as ratificam, com um resultado inevitavelmente *après-coup*. Ao mesmo tempo, uma vez ratificado, uma modificação regulada também se torna preditiva das percepções das experiências futuras. Isso ocorre porque o paladar é parcialmente "cego": na medida em que é uma experiência singular e específica, não consegue abranger toda a área à que a norma se refere. A relação entre palavras, imagens e gosto, portanto, é a relação de correspondência mútua, como constatamos, no sentido natural do termo: uma palavra/imagem chama e o gosto (cor)responde<sup>9</sup>. Tal correspondência não necessariamente um acordo: pode também produzir discordâncias que colocarão todas as correspondências negociadas de volta ao estado original da discussão para se produzir novos espaços de comunicação.

<sup>9</sup> Ver Ingold, *The Life of Lines*.

## 2. Visão do gosto, gosto da visão

Um das muitas razões para a qual a chamada *haute cuisine* (alta cozinha) e os grandes cozinheiros de hoje em dia experimentem inigualável sucesso cultural e social em comparação ao passado é justamente por este ser o tempo da imagem de mundo, tornado no tempo da imagem de comida, parafraseando Heidegger. O que está mais uma vez em jogo neste processo é a aparentemente paradoxal natureza da hierarquia sensorial: em vez de restringir o paladar, a visão o enriquece e o estimula por meio de sua habilidade de transformar a coisa comestível em uma imagem apetente à visão (uma desejabilidade que não é necessariamente física). De fato, em certo sentido sempre tem sido: lembremos dos banquetes medievais, com uma cenografia suntuosa, música e cores criando uma experiência multissensorial do gosto, um verdadeiro espetáculo gastronômico. Mas, em outro sentido, o fenômeno é muito novo: a midiaticização, especialmente após a revolução digital, teve (e ainda tem) um papel primordial<sup>10</sup>. Por um lado, parece ser muito fácil ser crítico deste fenômeno: a estetização da vida cotidiana revela, na verdade, uma perda das experiências "reais", sendo elas substituídas por um aparato visual, invariavelmente chamado de realidade virtual ou realidade aumentada; como alguns pesquisadores defendem, isso teria a ver com a era do capitalismo artista<sup>11</sup>. Imagens de comida são sempre bons exemplos, como veremos a seguir. Por outro lado, as coisas não são tão simples e, novamente, eu devo propor uma abordagem diferente baseada na ideia relacional de correspondência entre visão e paladar. Se não conseguimos escapar de uma apreciação dos chamados sentidos gastronômicos (gosto, cheiro, toque) em uma forma global e multissensorial, audição e (especialmente) visão devem ser incluídos neste aparato. Devemos procurar, portanto, por imagens profundamente envolvidas nos processos da percepção

<sup>10</sup> Ver Nicola Perullo, 'Can Cuisine be Art? A Philosophical (and Heterodox) Proposal', in *The Taste of Art: Cooking, Food and Counterculture in Contemporary Practices*, eds, Silvia Bottinelli and Margherita d'Ayala Valva (Fayetteville, AR: University of Arkansas Press, 2017), 23-44.

<sup>11</sup> Gilles Lipovetsky and Jean Serroy, *L'esthétisation du monde: Vivre à l'âge du capitalisme artiste* (Paris: Gallimard, 2013).

gustativa como as experiências complexas que são, ou seja, imagens correspondentes. Corresponder é responder a um chamado; e este é o significado original da palavra responsabilidade: ser capaz de responder. Este é o desafio que nos convida a pensar uma ética do olhar, uma ética de pensar as imagens de comida para além das explicações fáceis e trivialidades midiáticas.

Vamos começar por um simples fato: como o ditado, também comemos com os olhos. Isso se deve justamente à contínua relação entre percepção visual e gustativa. Segundo James Gibson, o gosto é mais do que a totalidade dos sabores e as reações e relações gustativo-olfativas. Gibson propõe uma abordagem ecológica à percepção no que tange a degustação. Gosto é uma percepção multimodal *perception*, um sentido perceptivo e não um sentido de "sensação". Invariavelmente aparecem diferentes saliências e *affordances*<sup>12</sup>.

Nesse sentido, e por causa da história da humanidade, a visão ocupa quase sempre uma posição dominante e privilegiada. Devemos agora radicalizar a qualidade multisensorial do paladar. Se o paladar, como qualquer outro sentido, não é um dispositivo isolado mas funciona em conjunto com os demais, portanto nenhum dos sentidos existem no plano perspectivo isoladamente: esta é uma simples abstração. Seria incorreto falar sobre a influência da visão sobre o paladar, ou vice-versa, como analisado anteriormente em respeito à questão dos rótulos. A suposta hierarquia dos sentidos não pode ser superada por reivindicar reconhecimento de um específico domínio de cada sentido. Deveríamos, ao contrário, falar sobre os diferentes planos e articulações específicas de um particular corpo senciente<sup>13</sup>. Degustamos comida comendo, mas também pensamos, olhamos, sentimos e tocamos enquanto comemos. É como sentir as ondas do mar: olhamos, tocamos, escutamos etc.. Vamos, portanto, tomar o paladar como uma articulação específica – um ponto de emergência do corpo senciente<sup>13</sup> – e focar

<sup>12</sup> Termo cunhado por James J. Gibson no livro *The Senses as Perceptual Systems* (Boston, MA: Houghton Mifflin, 1966). Refere-se ao traço mais característico de um objeto quanto à ação que evoca.

<sup>13</sup> A referência clássica, claro, é Maurice Merleau-Ponty, *Phenomenology of Perception* (New York: Routledge, 2012) e também, especialmente, Maurice Merleau-Ponty, *The Visible and the Invisible* (Evanston, IL: Northwestern University Press, 1969); além de Michel Serres, *Les cinq sens* (Paris: Grasset, 1985).

em algumas de suas relações com a visão – outro traço particular do lugar perceptivo – sem, contudo, esquecer as relações contínuas e correspondências dinâmicas com toda a observação senciente.

Não faria sentido, portanto, subestimar a relevância da visão para o paladar e, conseqüentemente, para a comida que será experimentada. Esta relação fica evidente na expressão de dar 'água na boca'. Às vezes basta pensar na extensão da influência das cores na comida que será degustada: poderá afetar tanto positivamente como negativamente o paladar. Vamos a dois exemplos. O primeiro é o caso da cozinha vegetariana. Historicamente guiada por questões ontológicas, éticas e religiosas, a grande tradição do vegetarianismo tem, frequentemente, gerado construções visuais e formais refinadas, ocasionalmente ao mimetizar a aparência de pratos 'carnívoros'. Longe de ser um sinal de desvalorização e desencorajamento, este processo de imitação mostra como a memória visual pode ser poderosa para estimular o apetite e induzir os valores do gosto. Como sabido, nas sociedades onde o paradigma carnívoro prevalece, a suposição de que carne é mais apetitosa é muito forte. Daí a disseminação de pratos como bife de soja, frutas em formato de lagosta e tantos mais<sup>14</sup>. O segundo exemplo é o caso da '*haute cuisine*', que é a cozinha gourmet, autoral, sofisticada e de vanguarda. A contribuição da percepção visual para o paladar tem sido conscientemente enfatizado e destacado (de acordo com o que, aproximadamente e imprecisamente, embora aceito no jargão leigo, como 'estética', no sentido de aparência e do que é visto. Como aprendemos com os historiadores da gastronomia, os suntuosos banquetes medievais conferiram muita relevância aos elementos cenográficos – musicais, teatrais – como também aos gustativos. Mais precisamente: o sabor de uma comida, ou refeição, deveria ser a sinestesia de todos esses elementos. Embora, subseqüentemente, a história da arte moderna e da estética tenha nos acostumado a distinguir e separar claramente os vários domínios sensoriais, este não tem sido o caso por muito tempo<sup>15</sup>. É um tanto comum apreciar gastronomia e culinária como design – suas formas, cores, construções, projetos. Não é por acaso que, na cultura

<sup>14</sup> Nota do tradutor: na realidade brasileira, alguns pratos específicos se tornaram recorrentes no repertório vegano e vegetariano: hambúrguer de grãos (lentilha, grão-de-bico) e a famigerada coxinha recheada de jaca verde desfiada.

<sup>15</sup> Ver Sylvie Davidson e Fabrizio Lollini (orgs.), *Le arti e il cibo: Modalità ed esempi di un rapporto* (Bologna: Bononia University Press, 2014).

ocidental, as mais imediatas assimilações da gastronomia como arte terem sido feitas por meio da analogia com a arquitetura e a escultura, valorizadas a partir da percepção visual<sup>16</sup>.

Hoje, as formas como a comida é apreciada visualmente se tornou tão comum quanto trivial. Filmes, vídeos e, sobretudo, fotografia dominam não apenas o nicho estreito dos *foodies* e gastrônomos, mas também toda a cultura pop. Na verdade, como dito anteriormente, a atual explosão da gastronomia como fenômeno da comunicação de massa, testemunhada pela gastromania<sup>17</sup> pelos *reality shows*, como *MasterChef*, é uma consequência direta da revolução digital, que teve uma profunda influência tanto no imaginário como na crítica de comida. Clientes de toda a sorte de restaurantes ou qualquer tipo de estabelecimento gastronômico (ou mesmo doméstico) tira fotos de comida, pratos, refeições, criando um imensurável arquivo de imagens de *foodstagramming* e *food porn*. Neste contexto, a experiência de comer se tornou explicitamente visual, bem como gustativa, no modo mais transversal que poderia ser: da mais sinistra forma de *food porn* ao mais refinado e polido exemplar de revistas e livros de *haute cuisine*, cada vez mais concebido como livros de mesa de centro, são consumidos como verdadeiros catálogos de arte. Aqui, a imagem de pratos não possuem valor instrumental, não tem utilidade para a preparação da receita, mas apenas um valor próprio como arte. Neste caso, ainda, a relação entre visão e paladar adquire um caráter ambivalente. Por um lado, promove a prática culturalmente marginal da culinária, elevando-a a um nível de arte, e este é o caso óbvio da "alta" gastronomia que esta relação apresenta e celebra. Hoje, cozinhar é um ato cultural que qualquer um com uma mínima curiosidade sobre este tema pode apreciar. Podemos aprender tudo sobre a filosofia de um chef olhando seus pratos em livros, nas redes sociais e em vídeos mesmo sem nunca ter entrado no seu restaurante, se ele tem um. Este fenômeno pode enriquecer uma cultura bem como criar uma conscientização. Por outro lado, contudo, este processo traz o risco de ofuscar a significação concreta, real e material da experiência tanto do cozinhar como do consumir comida em favor de uma espetacularização midiática<sup>18</sup>. O preço a pagar pela difusão planetária e consumismo de imagens

gastronômicas é potencialmente alto: a progressiva virtualização desta cultura leva a uma rarefação resultante da dependência de como ficará a aparência da comida quando se cozinha. É possível escapar dessa possibilidade e evitar o risco de uma overdose de imagens – que podem ser observadas também na prática de cozinheiros dedicados a elaborar seus pratos como se fossem designers – com a finalidade de propor uma relação produtiva entre visão e paladar? Não é, entretanto, uma tarefa fácil: falamos de uma questão de desemaranhar a realização de uma prato de sua exibição virtuosa, que frequentemente redundam no mero exibicionismo do criador do prato e no voyeurismo compensatório do observador daquela imagem. Isso poderia ser feito em favor de uma dimensão capaz de reter o sentido mais profundo dessa relação entre visão e paladar, conectando-a às dimensões da memória, da paixão, do cuidado e do engajamento.

Para tal produtiva visão do gosto, precisamos invocar uma estratégia de nivelamento. Em termos estéticos, isso implica abster-se de elevar a gastronomia ao patamar de arte como se este movimento sancionasse seu valor. Esta é a operação mais comum, não apenas artistas e teóricos, mas também entre os cozinheiros. Na verdade, seria uma questão de nivelar a arte ao nível da gastronomia<sup>19</sup>. O que isso significa? Pensar arte na forma de gastronomia seria pensá-la como uma prática sensível e perecível. A habilidade de entender a arte é antiga e moderna ao mesmo tempo. Antiga, pois está ligada a um paradigma que hoje tem sido relativamente esquecido, à medida em que arte indicaria um fazer técnico, baseado em um *know-how* concreto relacionado à execução tanto material (uma joia, um par de sapatos, um prato de comida) como intelectual. É também moderno, uma vez que concerne uma modalidade de produção artística ligada à experiência estética e cultural, também visto como um bem de consumo estabelecido nos últimos séculos. Na era da reprodutibilidade técnica de qualquer artefato, e de uma penetrante estetização, arte tem se tornado outra coisa, face à sua conceituação tradicional em termos de superioridade e excepcionalidade. Isto é, ainda que hoje tudo (incluindo arte de um modo geral, seja *pop* – como muitos pesquisadores defendem, acredito que com razão), não está muito claro porque a gastronomia, ao almejar o estatuto de arte, deveria tirar o avental, limpar a mesa e abrir espaço para uma mesa, com a finalidade de projetar,

<sup>19</sup> Ver Perullo, 'Can Cuisine be Art?', 23-44.

<sup>16</sup> Ver Marie-Antoine Carême, *Le pâtissier pittoresque* (Paris: Hachette, 2013).

<sup>17</sup> Ver Gianfranco Marrone, *Gastromania* (Milano: Bompiani, 2014).

<sup>18</sup> Ver Lipovetsky and Serroy, *Esthétisation du monde*

idealizar e desenhar algo superior ou excepcional que seria, então, simplesmente preparado e deglutido, como se preparação e ingestão de um alimento fosse degradante.

Mas este não é o caso -- e há razões um tanto convincentes para isso. Vamos pegar, por exemplo, a noção de aura. Ponderando as então novas linguagens de fotografia e do cinema, Benjamin aponta para a perda da aura que caracteriza a produção contemporânea de arte. Devido à sua infinita reproduzibilidade por meio da tecnologia, a arte perderia sua singularidade e autenticidade, que derivaria de sua inabilidade de se repetir no tempo e no espaço. Contudo, Benjamin antecipa que as novas manifestações da aura ocorreriam por meio dessas mesmas tecnologias. Hoje, a aura seria o equivalente técnico das coisas. Neste sentido, seria a disseminação global da comida que a conferirá seu magnetismo e atratividade. Entretanto, podemos também pegar um caminho diferente para entender aura no caso específico da experiência gastronômica. Na verdade, um argumento que podemos aventar seria de que a aura culinária consiste na experiência concreta de sentar-se à mesa e degustar os pratos: ou seja, uma experiência singular e irreproduzível que as imagens compartilhadas instantaneamente podem transmitir apenas parcialmente. Esta consideração deveria nos fazer valorizar todo o processo de criação de um prato: da ideia (projeto ou intuição) à preparação (uma similar irreproduzibilidade à medida em que depende de gestos e ações) e até à realização, ou seja, o momento em que o prato entra em cena, surgindo sobre a mesa como parte de uma refeição que pode ser organizada de diferentes maneiras<sup>20</sup>.

A estratégia de nivelamento, portanto, requer, ao mesmo tempo, uma estratégia de ampliação dos horizontes da arte: arte não é mais vinculada apenas a ver e ouvir, como muitos ainda pensam, especialmente no campo das ciências gastronômicas, aprisionados pelo paradigma moderno das *'fine arts'*. Arte também está ligada ao toque ao cheiro e ao gosto. Tal estratégia aplainaria radicalmente a hierarquia sensorial que estrutura a arte moderna ocidental, na qual tato, paladar e olfato ocupariam os mais baixos graus. Hegel observa que na estética a apreciação artística refere-se apenas aos sentidos teóricos da visão e da audição -- e não do tato, do olfato e do paladar. De fato, esses

<sup>20</sup> Ver Gianfranco Marrone, 'Goodman in cucina: le attivazioni di Babette', in *Cibo, filosofia e arte*, ed., Nicola Perullo (Pisa: ETS, 2014), 69-81.

últimos três sentidos estão ligados a qualidades sensoriais materiais: cheirar, com a volatilização do ar; degustar, com a material dissolução de objetos orgânicos na boca; tocar, com as sensações de calor e frio<sup>21</sup>. Ainda que esse paradigma sirva um propósito no processo de constituição de arte moderna e estética, hoje parece ainda inadequado e impraticável<sup>22</sup>.

A ideia de que a arte culinária consistiria em "beleza" visual de um prato é uma construção relacionada ao ocularcentrismo da noção de estética. Além do, agora, óbvio entendimento da relevância da visão em face ao paladar, precisamos dar um passo a mais para gerar um pensamento e uma prática de percepção do corpo, no qual paladar e visão estariam implicados em uma relação de correspondência. Isso, no entanto, implica uma necessidade de pensar estrategicamente na possibilidade de uma arte culinária que não dependerá apenas em ser belo ao olhar, mas também ao saborear do palato. Este bem gustativo seria um fato artístico. Comida não é consumida e, portanto, não desaparece. Pelo contrário, ela é transformada e nos transforma. Precisamos superar a fixação em um objeto visível e permanente. Em um modelo estético que não está vinculado à representação formal, outros aspectos relacionados ao consumo, ao metabolismo e à transformação devem ser também valorizados. Comida sempre deixa traços tanto na mente como no corpo. Desta maneira, as imagens de comida desempenha um papel central em expressar uma dualidade fundamental. Uma imagem é profunda se é bem-sucedida em sugerir que gastronomia não é (meramente) arte visual, mas arte em respeito à visão, às habilidades técnicas empregadas, no cuidado, na paixão e no trabalho ali demonstrados.

Precisamos, portanto, superar a ideia de que a arte de cozinhar consiste em um projeto de ideiação e design que precede uma preparação e uma realização. Aqui também enxergamos um preconceito em jogo: ideias (do latim, video) são imagens mentais, visões. A mão, contudo, é tão criativa quanto a cabeça, como demonstrado pela paleontologia, a antropologia e a psicologia evolucionista, bem como pela observação de tudo aquilo que ocorre em uma cozinha. É uma questão de compreender a correlação entre cabeça e mão, corpo e mente. A palavra *ductus* indica o gesto do criador ligado ao problema

<sup>21</sup> Ver Serres, *Les Cinq sens*.

<sup>22</sup> Ver Carolyn Korsmeyer, *Making Sense of Taste: Food and Philosophy* (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1999) and Telfer, *Food for Thought*.

em mãos. Contudo, quando paixão e cuidado estão presentes – caso de todo



grande cozinheiro – o *ductus* não é meramente uma reprodução passiva, senão uma ação criativa e geradora de algo maior do que uma ideia<sup>23</sup>. O contínuo aperfeiçoamento de uma artesanaria de alto nível – caso de qualquer atividade na qual o corpo desempenha papel central, como no esporte – depende de uma "energia obsessiva", ou seja uma obstinação que produz autoaperfeiçoamento. Portanto, cada gesto não é uma mera (passiva) repetição, mas uma evolução suplementar, no sentido de abranger um conhecimento corporal constantemente em evolução, dentro e por meio da relação entre (neste caso) a comida e a mão que a produz. O aprendizado e a expertise do cozinheiro podem levar a um infinito processo de aperfeiçoamento, dentro da capacidade de repetição que permite espaço para a liberdade criativa. Isso abre grandes possibilidades que nos permite superar a dicotomia entre criador-artista e criador-executor. Os grandes cozinheiros criativos não trabalham mecanicamente em algo, mas com algo. Eles testam os pontos de ruptura, articulações e possibilidades dão-se ao resultado pretendido e, frequentemente, modificam o objetivo durante o processo. Cozinhas é, portanto, arte tanto no sentido de projeto e ideia. Frequentemente esses dois aspectos coexistem e, ocasionalmente, um pode prevalecer: o que conta, contudo, é o resultado final.

As primeiras sugestões em conceber a relação entre visão e paladar como uma correspondência não hierárquica carrega numerosas implicações éticas (a imagem é sempre ética, como aponta Didi-Hubermann)<sup>24</sup>. Devo indicar aqui apenas uma, a qual penso ser da maior importância: a desconstrução e superação da questão de gênero. Como sabemos, o universo da arte culinária (no sentido que trazemos aqui) é quase totalmente masculino. A primazia da visão sobre os demais sentidos, do mesmo modo em

<sup>23</sup> Ver Richard Sennett, *The Craftsman* (New Haven, CT and London: Yale University Press, 2008); Tim Ingold, *The Perception of the Environment: Essays on Livelihood, Dwelling and Skill* (London and New York: Routledge, 2000); Tim Ingold, *Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture* (London and New York: Routledge, 2013); Krina Patel, *Thinkers in the Kitchen: Embodied Thinking and Learning in Practice* (Cambridge: Harvard Graduate School of Education, 2008). Acerca do conceito de *ductus* ver Jacques Derrida, *The Truth in Painting* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 1987).

<sup>24</sup> Ver George Didi-Huberman, *Images in Spite Of All: Four Photographs from Auschwitz* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 2008).

que temos o design sobre o *ductus*, sugere a ideia de que o cozinheiro se tornaria uma figura culturalmente elevada apenas quando pensa o ato de

cozinhar e projeta pratos. A palavra francesa *chef* expressa bem essa axiologia: de acordo com o historiador Jean-François Revel, um chef é um homem capaz de inventar o que ainda não foi comida no plano doméstico<sup>25</sup>. O chef é um chefe, alguém que comanda e que hoje é tido também como um intelectual da cozinha: uma cabeça, uma boca, mas não necessariamente uma mão. Ou então, a mão não parece participar da concepção da arte culinária. Não é difícil perceber as implicações desta abordagem em relação à questão de gênero e os preconceitos e subordinações que estão implicadas. Ao contrário, é importante pensar a gastronomia como arte apenas quando a significação desta relação com a comida se torna palatável: uma relação que origina (normalmente, mas não necessariamente) no gesto maternal do cuidado. Todo cozinheiro, de todos os gêneros, deveriam saber disso, independentemente do estilo que desejam adotar. Parece-me que este alerta tem ganhado volume hoje em dia: a alta gastronomia busca valorizar elementos íntimos, ligados à infância e ao lar e com o objetivo de transmitir sabores e saberes. Ou seja, como uma forma de compensação à hierarquia que percebemos ser limitada e inadequada, o que ocorre é uma determinada maternalização do estilo contemporâneo de cozinhar.

Neste sentido, o gosto da visão torna-se o gosto da memória. Neste caso, a visão nos entrega algo que o paladar não consegue. Quanto ao rótulo de vinho, a imagem visual pode ajudar nossa compreensão e reflexão, uma vez que a produção culinária não habita o imediatismo do presente. A experiência gustativa não é apenas dissecada e imediata; porém, todo instante revela os infinitos nós que nos ligam ao passado, do que consumimos mas que aparentemente perdemos. A visão pode nos ajudar, de uma forma aparentemente paradoxal, a entender que (também) dentro da dimensão do paladar e do processo de cozinhar não há progresso. Há, sim, uma contínua expansão, capaz de expressar novas possibilidades, fronteiras alargadas e novos caminhos abertos e um alerta de que é sempre possível tornar e retornar de onde começamos. Afinal, o tempo do gosto não é uma linha reta, mas um círculo, ou melhor, uma espiral.

<sup>25</sup> Ver Jean-François Revel, *Culture and Cuisine: A Journey through the History of Food* (Boston, MA: Da Capo Press, 1982).

## Referências

- AUSTIN, John L. *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press, 1962.
- BORGHINI, Andrea. *On Being the Same Wine*. *Rivista di Estetica* 51 (2012): 175–92.
- BOTTINELLI, Silvia e Margherita d’Ayala Valva (orgs.). *The Taste of Art: Cooking, Food and Counterculture in Contemporary Practices*. Fayetteville, AR: University of Arkansas Press, 2017.
- CARÊME, Marie-Antoine. *Le pâtissier pittoresque*. Paris: Hachette, 2013.
- DAVIDSON, Sylvie and Fabrizio Lollini, eds. *Le arti e il cibo: Modalità ed esempi di un rapporto*. Bologna: Bononia University Press, 2014.
- DERRIDA, Jacques. *Writing and Difference*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1978.
- . *The Truth in Painting*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1987.
- DICKIE, George. *The Century of Taste: The Philosophical Odyssey of Taste in the Eighteenth Century*. Oxford and New York: Oxford University Press, 1996.
- DIDI-HUBERMAN, George. *Images in Spite of All: Four Photographs from Auschwitz*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2008.
- GIBSON, James J. *The Senses as Perceptual Systems*. Boston, MA: Houghton Mifflin, 1966.
- INGOLD, Tim. *The Perception of the Environment: Essays on Livelihood, Dwelling and Skill*. London and New York: Routledge, 2000.
- . *Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture*. London and New York: Routledge, 2013.
- . *The Life of Lines*. London and New York: Routledge, 2015.
- KORSMEYER, Carolyn. *Making Sense of Taste: Food and Philosophy*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1999.
- . ‘Aesthetic Deception: On Encounters with the Past.’ *Journal of Aesthetics and Art Criticism* 66, no. 2 (spring 2008): 117–27.
- . ‘Touch and the Experience of Genuine.’ *British Journal of Aesthetics* 52:4 (October 2012): 365–77.
- LIPOVETSKY, Gilles, and Jean Serroy. *L’esthétisation du monde: Vivre à l’âge du capitalisme artiste*. Paris: Gallimard, 2013. Marrone, Gianfranco. *Gastromania*. Milano: Bompiani, 2014a.
- . ‘Goodman in cucina: le attivazioni di Babette.’ In *Cibo, filosofia e arte*, edited by Nicola Perullo, 69–81. Pisa: ETS, 2014.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *The Visible and the Invisible*. Evanston, IL: Northwestern University Press, 1969.
- . *Phenomenology of Perception*. New York: Routledge, 2012.
- PATEL, Krina. *Thinkers in the Kitchen: Embodied Thinking and Learning in Practice*. Cambridge: Harvard Graduate School of Education, 2008.
- PERULLO, Nicola. ‘Can Cuisine be Art? A Philosophical (and Heterodox) Proposal.’ In *The Taste of Art: Cooking, Food and Counterculture in Contemporary Practices*, edited by Silvia Bottinelli and Margherita d’Ayala Valva, 23–44. Fayetteville, AR: University of Arkansas Press, 2017.
- , ed. ‘Wineworld. Wine, Taste, Philosophy and Aesthetics.’ *Rivista di Estetica* 51 (2013): 3–48.
- , *Taste as Experience: The Philosophy and Aesthetics of Food*. New York: Columbia University Press, 2016.

REVEL, Jean-François. *Culture and Cuisine: A Journey through the History of Food*. Boston: Da Capo Press, 1982.

SENNETT, Richard. *The Craftsman*. New Haven, CT and London: Yale University Press, 2008.

SERRES, Michel. *Les cinq sens*. Paris: Grasset, 1985.

SHAPIN, Steven. The Sciences of Subjectivity. *Social Studies of Science* 43 (2012): 170–184.

TELFER, Elizabeth. *Food for Thought: Philosophy and Food*. New York: Routledge, 1996.