

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC SP

Silvia Regina de Jesus

A SENSIBILIDADE INTELIGÍVEL DO CHOCOLATE
UMA ANÁLISE DO FAZER ESTÉSICO APREENDIDO, CULTIVADO
E COMUNICADO

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

São Paulo
2009

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Silvia Regina de Jesus

A sensibilidade inteligível do chocolate:
Uma análise do fazer estésico apreendido, cultivado e comunicado

Dissertação apresentada à Banca Examinadora como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica (Área de concentração: Signo e Significação nas Mídias, Linha de pesquisa: Análise das Mídias) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Ana Claudia Mei Alves de Oliveira.

São Paulo
2009

Banca Examinadora

*A todos os que me estimularam
ao risco, por programação,
manipulação, contágio ou
acidente. Eu assenti.*

Agradecimentos

À minha orientadora, Prof^ª. Dr^ª. Ana Claudia Mei Alves de Oliveira, por causar em mim a cada dia mais admiração e respeito, e por permitir que minha aproximação com a semiótica se tornasse uma consciente busca de competências.

Ao Prof. Dr. Carlos Alberto Dória, por incentivar os meus feitos com sua amizade, por contribuir e inspirar meus fazeres chocolateiros-gastronômicos, possibilitando o meu contato com o estilo dos grandes mestres.

Ao Prof. Dr. José Amálio de Branco Pinheiro, pelo valor de sua obra, pelo valor de seus pensamentos, por sua amizade e por sua capacidade libertária de traduzir e mestiçar.

Aos professores doutores Eric Landowski e Luiz Carlos Migliozi Ferreira de Mello, que tanto contribuíram com esta dissertação, em sua etapa final. Por sua presteza, atenção e didática, nos caminhos da semiótica discursiva.

A Fernando Furquim e sua equipe na All Food, que favoreceram o desenvolvimento gustativo desse trabalho. E a cara Chloé Doutre-Roussel, que ofereceu-me atenção imprescindível ao início dessa jornada.

Aos colegas de turma que se tornaram amigos no curto período do mestrado, pelas possibilidades de discussão semiótica e pelo sofrimento conjunto e eufórico por esses efusivos percursos.

E ao querido Gean Paulo Pierre, por sua paciência em ler e ouvir a leitura e o falatório que esta dissertação propiciou nos últimos dois anos.

RESUMO

Examinando um recorte específico das comunicações da indústria chocolateira fina, e a expressão dos fazeres estésicos e etológicos de suas produções, esta pesquisa analisa quais são e como são explorados, em embalagens e aparições institucionalizadas, os efeitos de sentido manifestados no gosto pelo chocolate. Objetiva mostrar como se articulam as construções de gosto (capacidade de apreensão apreciativa) e sabor (a sensação do paladar) do produto no consenso da chocolataria fina, atentando-se para como o gosto do chocolate é cultivado e celebrado por seus amadores. Para isso, a pesquisa concentra-se na análise das mídias a partir da apreensão do gosto em suas possibilidades inteligíveis e sensíveis, por meio da semiótica discursiva de A. J. Greimas, ampliada pelos estudos sociosemióticos de E. Landowski e A. C. de Oliveira, assim como pela semiótica plástica de J.-M. Floch para as análises do arranjo estético da construção de embalagens de produtos e visibilidades dadas ao chocolate por meio da articulação plástica entre os formantes da expressão matéricos, eidéticos, cromáticos e topológicos. Além disso, interpreta a capacidade informativa de uma produção chocolateira planejada, a partir da apreensão do sincretismo das ordens sensoriais, desdobradas pelas presenças do outro, percorrendo esse fazer intelectual do gosto e do sabor. Esta investigação pretende, portanto, contribuir com os estudos sociosemióticos do gosto, revendo possibilidades estésicas na comunicação das mídias, pensando as dimensões cognitivas, sensíveis e patêmicas que produzem sentido, e, com isso, discutir os padrões de desenvolvimento da indústria chocolateira fina, em um momento de grande atenção inclusive no Brasil, que retoma suas produções cacaeiras para esse mercado, com uma análise comunicacional e semiótica sobre os efeitos de sentido promovidos pelo produto classificado como puro.

Palavras-chave: semiótica discursiva, chocolate, mídiatizações (embalagens, filmes, ações de marketing), gosto, estesia

ABSTRACT

Examining a specific cutting of the fine chocolate industry communications, and the esthetics and etologies expressions of their productions, this research analyzes which are and how they are explored, in packings and institutionalized appearances, the sense effects manifested in the taste by the chocolate. Purpose to show how they pronounce the taste (capacity of appreciative apprehension) constructions and flavor (the sensation of the palate) of the product in the consensus of the fine chocolaterie, being attempted for as the taste of the chocolate is cultivated and been celebrated by their amateurs. For that, the research concentrates on the media analysis starting from the apprehension of the taste in their intelligible and sensitive possibilities, through the discursive semiotics of A. J. Greimas, enlarged by the sociossemiotics studies of E. Landowski and A. C. de Oliveira, as well as for the plastic semiotics of J.-M. Floch for the analyses of the aesthetic arrangement of the construction of products packings and visibilities given to the chocolate through the plastic articulation among the materics, eidetics, chromatics and topologics expression formers. Besides, it interprets the informative capacity of a chocolate's planned production, starting from the apprehension the sincretism of sensorial orders, unfolded by the presences of the other, traveling that to do intelective of the taste and of the flavor. This investigation intends, therefore, to contribute with the sociossemiotics studies of the taste, resells estesics possibilities in the media communications, thinking the dimensions cognitive, sensitive and pathemics that produce sense, and, with that, to discuss the patterns of development at the fine chocolate industry, in a moment of big attention in Brazil, that retakes their cocoa productions to this market, with an analysis comunicacional and semiotics on the sense effects promoted by the product classified as pure.

Keywords: discursive semiotic, chocolate, mediatizations (packings, films, marketing actions), taste, esthesia

SUMÁRIO

ÍNDICE DE FIGURAS	9
1. INTRODUÇÃO	10
1.1. O CONCEITO DE CHOCOLATE FINO EM UMA BREVE HISTÓRIA DO CHOCOLATE	10
1.2. COMO CHEGAMOS ATÉ AQUI	12
1.3. A DIFUSÃO DO GOSTO POR CHOCOLATE	14
1.4. DO CACAU DOS TRÓPICOS AO CHOCOLATE MERIDIONAL	18
1.5. O PROCESSAMENTO EM BUSCA DO SABOR: DO CULTIVO AO TABLETE	23
1.6. OS CONCEITOS UTILIZADOS.....	30
2. A DEGUSTAÇÃO DO CHOCOLATE	35
2.1. APREENSÃO E CULTIVO DO PRAZER	36
2.2. O CHOCOLATE COMO SUJEITO TRANSFORMADOR	38
2.3. O GOSTO PELO SABOR CHOCOLATE.....	39
2.4. A INTELIGIBILIDADE DA PRESENÇA SENSÍVEL.....	41
2.5. O SINCRETISMO DAS ORDENS SENSORIAIS.....	43
3. EXPERIÊNCIAS ESTÉTICAS, ETOLÓGICAS E A PRODUÇÃO DE EFEITOS PATÊMICOS...52	
3.1. O DESPERTAR DOS SENTIDOS.....	53
3.2. AS SENSações POR TRÁS DA FAMILIARIDADE COM O CHOCOLATE.....	58
3.3. ARTE COMESTÍVEL: DEVOÇÃO DEVORADORA	70
3.4. CHOCOLATE NA PELE	78
4. PRAZER OU TORTURA: DISCURSOS DO CHOCOLATE NA CONQUISTA DO GOSTO.....81	
4.1. A BUSCA PELO PRÓPRIO PRAZER.....	81
4.2. SENSações EM BARRA - O DOCE AMARGO DE UM CHOCOLATE	82
4.2.1. <i>Valrhona: Três constituições gustativas</i>	86
4.3. SENTIDOS EMBALADOS EM CARTÃO E PAPEL CHUMBO	87
4.4. PENSAMENTOS CHOCOLATEIROS	101
5. CONCLUSÃO: UM CHOCOLATE SUJEITO PARA A DEGUSTAÇÃO DO OUTRO.....103	
6. BIBLIOGRAFIA.....110	

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 - Mapa com legendas traduzidas dos locais de crescimento do cacau, ilustração disponível em DOUTRE-ROUSSEL, Chloé. THE CHOCOLATE CONNOISSEUR. New York: Pinguin Books, 2006. p.53</i>	24
<i>Figura 2 - Formas do cacau: ovários produtores de aroma e sabor. Ilustração do livro The Chocolate Connoisseur – Chloé Doutre – Roussel.</i>	26
<i>Figura 3- O estudo do sincretismo proposto por A. C. de Oliveira, em A plástica sensível da expressão sincrética e enunciação global. Op.cit. p. 102</i>	50
<i>Figura 4 - A visão: evocação do desejo</i>	55
<i>Figura 5 – O tato: provocação da desconfiança</i>	55
<i>Figura 6 - O olfato: confusão de intencionalidades</i>	56
<i>Figura 7 – A audição: concretiza a certeza</i>	57
<i>Figura 8 – A degustação: ilusão de certeza</i>	57
<i>Figura 9 - Comte de Reynaud: recusa do convite inicial da transformação</i>	59
<i>Figura 10 - A chegada de Vianne e Anouk à casa de Armande: simbologia pagã no início de uma construção mítica, baseada nos poderes mágicos do chocolate</i>	60
<i>Figura 11 - A porta aberta com a ajuda do vento e da volição: início das transformações do chocolate na vila de Lansquenet</i>	60
<i>Figura 12 - Armande: símbolos do universo mágico do qual o chocolate faz parte</i>	61
<i>Figura 13 - Inspiração dos mosaicos mesoamericanos: a bricolagem entre os diferentes modos de ser de um sujeito-transformador</i>	62
<i>Figura 14 - Bebida cerimonial de cacau decorando o pote de barro: tempos anteriores a Montezuma</i>	63
<i>Figura 15 - A roda divinatória com inscrições e um homem junto ao cacauzeiro: ajuda Vianne a descobrir misticamente qual o chocolate ideal para cada pessoa</i>	63
<i>Figura 16 - A urna que guarda as cinzas da mãe de Vianne: a sina que só tem seu percurso de continuidade descontinuado com a quebra da urna, pela filha de Vianne, Anouke, um sujeito de vontade que ao se libertar liberta a mãe de ser comandada pelo vento.</i>	64
<i>Figura 17 - A perturbação do chocolate: o contato que transforma paradigmas</i>	66
<i>Figura 18 - Prazer ou tortura: o chocolate tentador</i>	67
<i>Figura 19 - O chocolate sem juízo: ausência de julgamentos</i>	68
<i>Figura 20 - Sensualidade e ...</i>	71
<i>Figura 21 - ... volúpia com ingenuidade: o erotismo sempre presente no chocolate</i>	72
<i>Figura 22 - O universo mágico: representação das propriedades místicas do chocolate</i>	73
<i>Figura 23 – Universo mágico: seres elementais do paganismo presente no chocolate</i>	74
<i>Figura 24 - A alegria lúdica: chocolate motivando a felicidade</i>	75
<i>Figura 25 - Nobreza: o chocolate digno de respeito disposto à luxúria da devoração</i>	76
<i>Figura 26 - Escultor numa via de Perugia durante a Eurochocolate 2008</i>	77
<i>Figura 27 – Multidão experimentada pelo chocolate: vivência e contato com o chocolate ao alcance das mãos na Eurochocolate 2008</i>	77
<i>Figura 28 - Imagem publicada no Corriere della Sera: o banho de chocolate, a experimentação mútua de dois sujeitos na Eurochocolate (2008)</i>	78
<i>Figura 29 - A roda da degustação: uma sugestão de relações sinestésicas para o desenvolvimento de um vocabulário próprio, baseada na tasting wheel apresentada em The Chocolate Connoisseur</i>	85
<i>Figura 30 - Informações hierarquizadas na embalagem do chocolate</i>	88
<i>Figura 31 - Embalagem da barra Carenero Superior da Fénix, visão frontal (2006)</i>	89
<i>Figura 32 - Alegria conservadora: Cores vivas sem perder a sobriedade</i>	90
<i>Figura 33 - Laterais e verso da embalagem, isotopias de sentido e estilo</i>	91
<i>Figura 34 - Valrhona - hot stamp e serifas sutis: tradução de classicismo</i>	92
<i>Figura 35 - Grands Crus Valrhona: os exemplares de barras sem adição de leite. Imagem extraída do catálogo de produtos Valrhona distribuído para público convidado no Brasil em 2009, por importador autorizado.</i>	93
<i>Figura 36 – Laterais da embalagem</i>	94
<i>Figura 37 - Verso da embalagem do tipo Grand Cru de Valrhona: completude de informações</i>	95
<i>Figura 38 - Processo de embalo industrial para o chocolate artesanal de Valrhona</i>	96
<i>Figura 39 - Assimetria nos vincos de quebra das barras de 70g: uma marca da modernidade arcaica do chocolate</i>	97
<i>Figura 40 - Marcas de um chocolate comum, de produção massiva</i>	97
<i>Figura 41 - Frente da embalagem de Lindt Excellence</i>	98
<i>Figura 42 - verso da embalagem de Lindt, ainda com o selo do importador local.</i>	99
<i>Figura 43 - Papel chumbo e barra de chocolate timbrados com a marca: ortogonalidade e simetria na recriação da ideia de tradição e cultura nas produções do universo chocolateiro</i>	100

1. INTRODUÇÃO

De cada dez pessoas, nove dizem que adoram chocolate.

A décima está mentindo.

Anthelme Brillat Savarin

1.1. O conceito de chocolate fino em uma breve história do chocolate

Para que se saiba de antemão, o termo chocolate, nesta pesquisa, quer dizer um produto produzido com grande concentração de cacau e, muito além disso, com grande acuidade de preparo técnico e estésico. Pois os modos de sentir dum mestre chocolateiro, são postos à prova nesse tipo de produção, que se se torna industrializada em algum momento, primeiramente foi criada ou recriada por um sujeito *competencializado* por seus modos de ser e de sentir.

Conhecedores de chocolate, compradores de matéria-prima, chocolateiros, *pâtissiers* e degustadores gabaritados, mantêm o axioma de que um chocolate que valha a pena ser degustado deve ser preparado com porções mínimas de açúcar. Produzido, portanto, com a maior proporção de cacau possível e com o processamento das amêndoas pormenorizado tecnológica e gastronomicamente.

Christian Constant, um dos mais conceituados chocolateiros e *pâtissiers* do mundo, oferece em *Le Chocolat* (1988) informações sobre a construção deste chocolate considerado verdadeiro, fino, em suas múltiplas classificações puras ou misturadas.

No livro, Constant ensina que o chocolate puro, para manter os índices esperados de qualidade, deve conter ao menos 43% de pó de cacau e 26% de manteiga de cacau. Da mesma forma, um chocolate ao leite deve conter no mínimo 30% de sólidos, ou seja, a matéria seca amêndoas de cacau como também a manteigas de cacau, 18% de matéria seca de origem láctica, com seus 4,5% de gordura animal, proveniente do leite de vaca, mantendo o máximo de 50% de sacarose.¹

Nestas proporções, chocolate puro e chocolate ao leite, como citação de chocolate misturado, coexistem bem nas melhores chocolatarias, assim como com o chocolate

¹ CONSTANT, Christian. *Le chocolat*. Paris: Editions Nathan, 1988. p.81

branco, que não poderia ser chamado de chocolate, pois, tecnicamente, em sua composição tem-se apenas a mistura de manteiga de cacau, leite e açúcar.

Atualizado pelo gosto artesanal dos *chocolatiers*, como dito por Carlos Alberto Dória, o chocolate sempre renasce das cinzas, já que o produto

[...] nunca sai de moda e o seu desejo é uma constante na cultura ocidental, mudando apenas os produtos aos quais se incorpora. Desde o século XVII sempre se inventa uma nova roupagem para ele. Através dele, renova-se eternamente a tensão entre desejo e necessidade, entre o lúdico e o nutricional.²

No *glamour* desses sabores propostos são inúmeras as intenções e as possibilidades gustativas que mantêm o chocolate no patamar das iguarias sublimes. Apesar de sua glamorização e elitização evidentes, o *verdadeiro chocolate* figura de maneira muitas vezes mais acessível aos seus apreciadores que os bons vinhos pelos seus. Estes se rarefazem como os bons azeites, queijos e tantos outros produtos alimentares da categoria luxo, que ganham preços inacessíveis para o consumidor de renda média.

Dessa forma, o chocolate adentra ao mundo dos gostos, despertando paixões de todas as ordens em públicos bastante variados, que demonstram seus objetivos e sensações alcançadas no consumo do chocolate versátil, independentemente dos acentos deste ou daquele aroma, dos toques de cada mestre chocolateiro, das particularidades de cada região de plantio e da própria origem genotípica do cacau, assim como os regionalismos de suas utilizações gastronômico-culinárias.

Mais do que afetar o gosto dos que consideram uma composição não-doce inaceitável, e dos outros que consideram a utilização exacerbada do açúcar uma vulgarização do alimento tão rico em sabores e aromas, o chocolate tem sido ao longo dos séculos uma mescla de objeto de valor e sujeito do poder-fazer, pois, os actantes³ de sua feitura e os de sua degustação, conferem a ele competências dos mais variados gêneros, fazendo-o passear por suas estesias, suas capacidades pessoais e intransferíveis de sentir, onde é possível captar sensivelmente as inteligibilidades provocadas pelas sensações fisiológicas, especialmente as dadas pelo gustativo, e pelas apreensões culturais, trazidas pelo *status*, geralmente trabalhado por essa possibilidade qualificada de desenvolvimento do produto.

² DÓRIA, Carlos Alberto. *Chocolate sempre renasce das cinzas*. In: *Trópico*. [Online] Uol, 14 de junho de 2007. [Citado em: 2 de 1 de 2009.] <http://p.php.uol.com.br/tropico>.

³ Aqueles que realizam ou que sofrem o ato, a ação.

1.2. Como chegamos até aqui

Há mais ou menos quinhentos anos, Cristóvão Colombo ao desprezar, por não compreender o significado da “dádiva dos deuses”, cedeu a Hernán Cortés a oportunidade de ser o precursor do chocolate como o conhecemos hoje, após recusar a oferta de algumas sementes de cacau, trazidas pelas mãos dos índios em Guanaja – uma ilha hondurenha. “Ele ficou perplexo quando algumas delas caíram no fundo da canoa, o filho relatou mais tarde, e ‘eles se engalfinharam para catá-las como se fossem olhos que tivessem caído de suas cabeças’”⁴.

Apesar das evidências arqueológicas⁵ de os Olmecas⁶ consumirem a bebida chocolate mais de mil anos antes de Cristo, muito antes dessa ideia de bebida que se conhece nos tempos modernos do chocolate, os maias são os primeiros que comprovadamente fizeram uma bebida sagrada com o *Theobroma cacao*⁷, o elixir dos deuses. A bebida era um preparado das sementes torradas e moídas, misturando o pó com pimenta, mel e ervas.

A relação com o alto, o sagrado, o nobre, o espiritual e o energético fica evidenciada desde esse período histórico. Cacau era o sonho do dinheiro produzido em árvores. Com ele tributos eram pagos a governantes. Sementes do fruto iam para o túmulo com os reis, era a moeda corrente no comércio entre maias e astecas estabelecidos ao norte do México central, do século XIII. Sobre esses valores Francisco Oviedo y Valdés relatou:

Entre as tribos na Nicarágua, (...), um coelho custava 10 sementes e um escravo valia 100. Entreter-se com uma prostituta custava de oito a 10 das moedas comestíveis enrugadas; isso era negociável. O sistema monetário tinha como base o número 20. Quatrocentas sementes valiam um *zontle*. Vinte correspondiam a um *xiquipil*. E assim por diante.⁸

Mas o *cacahuatl* era uma bebida sagrada que conferia poderes atuantes também no âmbito profano para os astecas encontrados por Cortés e Bernal Diaz Del Castillo,

⁴VALDES apud ROSENBLUM, Mort; Trad. Talita M. Rodrigues. CHOCOLATE: Uma saga agridoce preta e branca. Rio de Janeiro: Rocco, 2006. p. 11

⁵ Segundo as pesquisas de Roseblum, as tribos maias cultivavam cacau próximo às suas residências, dentro da cidade, quase dois mil anos a.C. “As sementes eram moídas e misturadas com água, junto com papa de milho, pimentas, baunilha e mel. A tintadas sementes de urucum – achiote – era o que tingia de vermelho. p. 71

⁶ Antiga civilização pré-colombiana, vivente na região centro-sul do atual México entre 1500 e 400a.C., que teria dado origem a todas as demais civilizações mesoamericanas.

⁷ *Theobroma cacao* - nome científico binominal do fruto do cacauzeiro.

⁸ Cf. ROSENBLUM, *Op. Cit.* p. 20-21

cronista da corte espanhola. Seus relatos falam de uma poção feita de cacau e especiarias que permitia ao Imperador Montezuma II – governante asteca de 1502 a 1520 –, em 1519, enfrentar, transfigurado, um harém de duzentas esposas, após o consumo de cinquenta cálices da bebida, que, na época, era preparada de maneira um pouco mais requintada, segundo as anotações de uma receita secreta, feita por Cortés, que consistia em:

- ♦ 700g de cacau
- ♦ 750g de açúcar branco
- ♦ 60g de canela
- ♦ 15g de pimenta
- ♦ 14g de cravos
- ♦ 3 favos de baunilha
- ♦ Anis, avelãs, almíscar e flores de laranjeira a gosto⁹

Assim Cortés rendeu-se ao chocolate. Em seus relatos ao rei Carlos I, ele narrou como em taças de ouro era servida a bebida divina *cacahuatl*, na corte de Montezuma, que aumentava a resistência e o combate à fadiga, permitindo a um homem que tivesse consumido uma xícara dela, caminhar um dia inteiro sem comer. Em 1527 Cortés levou sementes para o seu país e deu início à história contemporânea do chocolate, como narra Rosenblum:

Se Carlos I gostou da nova bebida, não deixou registrado. Durante duas gerações, o chocolate foi uma raridade misteriosa, encontrado apenas com os viajantes que traziam para casa o seu próprio suprimento. Então, em 1585, um navio de carga chegou de Veracruz¹⁰ trazendo sementes em quantidade suficiente para criar os primeiros viciados em chocolate.¹¹

⁹ Cf. ROSEMBLUM, Mort; Trad. Talita M. Rodrigues. CHOCOLATE: Uma saga agridoce preta e branca. Rio de Janeiro: Rocco, 2006. p. 21

¹⁰ Veracruz: Conhecida como Villa Rica de la Veracruz, Puerto de Veracruz é a mais antiga cidade mexicana, tendo sido fundada por Hernán Cortés em 22 de abril de 1519.

¹¹ Ibidem.

1.3. A difusão do gosto por chocolate

Marcy Norton, em *Sacred Gifts, Profane Pleasures* (2008)¹², diz que o chocolate, desde que foi levado para a Europa, assim como o tabaco, colocou em debate as teorias sobre os efeitos produzidos por seu consumo. Relacionado aos cultos religiosos pagãos dos nativos mesoamericanos, o chocolate teve seu potencial sacrílego examinado por teólogos, que concordaram com a possibilidade de contenção de suas propriedades, com base em uma regulamentação. Tentariam definir o caráter intrínseco do alimento, verificando se suas propriedades ou forças eram regidas pelas leis naturais do universo ou se essas leis naturais eram suplantadas por uma espécie de poder, que agiria sobre o corpo e a mente, manifestando capacidade de encantamento ou magia.

O que ficou provado, segundo Norton, é que nem os debates teológicos, nem a medicina humoral, nem tampouco as teorias mais respeitáveis sobre o desejo humano foram capazes de dissociar o chocolate das poderosas ligações com o demoníaco e o divino, ou seja, com o profano e o sagrado.

Norton acrescenta que, na cultura pré-colombiana e colonial Ameríndia, o poder somático e os efeitos psicológicos trazidos pelo chocolate, eram na verdade consequências do caráter sacro do povo, que acreditava nesse modo de consumir o cacau como uma evidência comprobatória da existência de forças deíficas sobrenaturais no cosmos.

Ela informa que, na tentativa de conciliar a inclusão cada vez mais expressiva do produto na sociedade, os europeus confrontaram-se com o legado das religiões primitivas, que trouxeram a eles esse novo sabor.

A ideia de conciliação entre o novo produto e o cristianismo foi frustrada desde o início. Mesmo com os esforços em limpar a mancha do *paganismo diabólico* no chocolate, por parte do mais conhecido médico espanhol e estudioso das drogas americanas da época, Nicolás Monardes¹³, não houve maneira de aproximar a nova iguaria do pensamento contemporâneo sobre a compreensão do universo.

¹² NORTON, Marcy. *Sacred Gifts, Profane Pleasures: A history of tobacco and chocolate in the Atlantic world*. New York: Cornell University Press, 2008. p. 229

¹³ Nicolás Monardes (1493 – 1588) Médico proeminente de Sevilha, no século XVI. Estudou as drogas americanas sem nunca sair da Espanha.

Os europeus associavam o chocolate, desde os primeiros dias da conquista, a uma dualidade sagrada e profana, atribuída, ao produto, pelos ameríndios. Um discurso não admitido pelos cristãos ortodoxos do período, mas que fez e faz parte do imaginário coletivo dos consumidores de chocolate até hoje.

A Igreja ortodoxa tentou negar qualquer propriedade mística ou mágica de poder que ameaçasse o monopólio espiritual cristão. Pois, o novo produto era apresentado como manifestações de uma imanência divina e diabólica, que oferecia um “socorro” a partir dessa união mística presente no chocolate, algo que não estava de acordo com a teologia dominante católica.

Nos debates formais, as explicações sobre as possibilidades místicas do chocolate não eram admitidas pelos *experts* mais atualizados, no entanto, eram elas faziam parte do nebuloso inconsciente coletivo em piadas, à partes, e metáforas.

O povo, então, reconhecendo que o chocolate fazia parte do cotidiano da sociedade ibérica, refletia sobre as implicações de seu consumo na vida cristã ortodoxa, católica ou protestante. Ambas se dividiam quanto a Eucaristia, e o que faria parte das práticas ascéticas, ou o que deveria ser evitado no âmbito dos prazeres carnavais, a fim de não atrapalhar o contato com o divino, sobretudo nos espaços sagrados.

A Reforma Católica adquiriu maior legitimidade quando encontrou um modo de conter o sacrilégio do consumo cristão do chocolate (e do tabaco), posicionando-se contrária ao consumo em seus espaços privados. O chocolate serviu para reforçar a crença e a prática católica de jejuar, uma prática contestada pelos protestantes assim como por outras práticas ascéticas, por não constituírem mais que uma demonstração vazia de fé.

A principal controvérsia, em relação ao chocolate, era se o produto, por ser uma bebida, constituiria uma violação do jejum eclesiástico. Dessa forma, foi solicitado ao Papa Gregório XIII uma resolução sobre o assunto em 1577. A reação do papa, além de rir, foi oferecer verbalmente a sua consideração de que a estranha bebida indígena não era, uma ameaça ao que se pretende alcançar com o ato de jejuar. O que gerou, segundo Marcy Norton, uma reação ambígua entre as autoridades da igreja, pois não havia nenhum documento escrito que os fizessem recuar.

A partir dessa resolução as discussões continuaram na Espanha, tornando-se um debate muito popular entre médicos, cientistas e teólogos. O que serviu para desmistificar

os efeitos do chocolate, pois este seria incapaz de infringir qualquer sacrilégio especial aos ritos sagrados.

Um bispo colonial, furioso porque as senhoras sorvendo chocolate nos últimos bancos da igreja perturbavam a missa, bateu o pé. As mulheres se recusaram a ceder e mudaram de igreja. E o bispo, inexplicavelmente, morreu envenenado.

Médicos e cientistas discordavam violentamente entre eles, mas a facção pró-chocolate levou a melhor. Juan de Cárdenas, num livro chamado *Os problemas e maravilhosos segredos das Índias*, escreveu em 1591 que o alto teor de gordura do chocolate tinha um impacto positivo sobre o “calor animal” do corpo. Thomas Cage, médico missionário escocês, declarou: “Um copo de bom chocolate restaura e acima de tudo, fortifica o estômago.”¹⁴

As publicações sobre definições, categorizações e classificações a cerca do chocolate proliferaram, porque o número de seus bebedores não parava de crescer. Com isso, o monopólio espanhol defendeu o cacau por mais de um século do grande público. Porém, ao chegar a Flandres e Holanda, esse monopólio terminou. Francesco Antonio Carletti, levou o cacau para a Itália em 1606 e pouco tempo depois em Veneza, Florença, Terugia e Turim, foram abertos salões de chocolate, que repensaram o jeito de bebê-lo conferindo mais glamour ao ato com o desenho de porcelanas exclusivas para o fim. Conforme Rosenblum:

Em 1615, uma princesa espanhola de 14 anos de idade chamada Anne da Áustria foi despachada para se casar com o rei francês Luís XIII, que era apenas poucos dias mais velho do que ela. Recusando-se a partir sem seu chocolate, Anne levou sementes de cacau para Paris na bagagem. Não demorou muito, como de hábito quando uma comida lhes chama a atenção, os franceses se apropriaram do chocolate.¹⁵

Foi nesse período, e por mãos francesas, que o chocolate se firmou para o mundo como um energizante, estimulante do bom humor e da libido. A nobreza, e sempre ela até aproximadamente 1670, dominava o consumo do chocolate como bebida. Se o café era uma bebida para homens, e o chá uma bebida para um público mais gentil e híbrido, o chocolate era uma bebida para nobres.

Em 1670, David Chaillou tornou-se o primeiro *chocolatier* oficial de Paris, com direito exclusivo “de fazer, vender e administrar uma certa composição chamada

¹⁴ ROSENBLUM, Mort; Trad. Talita M. Rodrigues. *Chocolate: Uma saga agridoce preta e branca*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006. p.22-23

¹⁵Ibidem. p.23

chocolate”. “Ele inventou diversas variações para as receitas espanholas. Embora atendesse principalmente à aristocracia, sua clientela era enorme.”¹⁶

Contemporaneamente à patente de Chaillou, a Bishopgate foi aberta por um francês em Londres, atendendo a um público comum de londrinos e inaugurando uma nova moda na capital inglesa, as casas de chocolate, que se multiplicaram fazendo frente às cafeterias populares, como mais um ponto de encontro para amigos. E foi por mãos inglesas que o mundo teve notícia das primeiras barras de chocolate. Como visto em Rosemblum:

Em 1674, dois clubes – o Coffee Mill e o Tabacco Roll – ofereciam chocolate para comer. O cacau não era apenas para o chocolate. O protótipo das barras doces que eles faziam era grosseiro e, segundo o que todos diziam, não muito saboroso. Mas esse foi um marco silencioso que mudou o mundo. Ele inaugurou o desejo global de chocolate em todas as formas sólidas imagináveis que, três séculos depois, torna-se mais intenso a cada ano que passa.¹⁷

A partir de então, a forma de consumo do chocolate começou a sofrer alterações e o cacau a oferecer novas possibilidades econômicas. Como descrito por Jean Pontillon¹⁸, do século XIX até 1970 “vivemos os tempos modernos do cacau”¹⁹ marcados por três grandes acontecimentos nas modificações técnicas de desenvolvimento do chocolate. O ano de 1928 é marcado pela obtenção do cacau em pó desengordurado por achatamento. Coenrad Van Houten extraíndo a gordura das sementes obtinha também a manteiga de cacau, que misturada depois com açúcar poderia ser melhor modelada.

Em 1847, a Fry’s Chocolate Factory molda a primeira barra de chocolate propriamente dita, mas é em 1876 que Daniel Peter com o auxílio de Henri Nestlé entende como misturar chocolate e leite, uma ajuda essencial, pois o problema estava na incapacidade de misturar o leite comum, repleto de água, à composição do chocolate. O leite precisaria ser condensado e, então, utilizado.

Depois disso, nada de novo; somente aperfeiçoamentos técnicos de uma indústria que prima pela manutenção de aromas. Pontillon diz que:

¹⁶ ROSENBLUM, Mort; Trad. Talita M. Rodrigues. *Chocolate: Uma saga agridoce preta e branca*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006. p.24

¹⁷ *Ibidem*. p27

¹⁸ Jean Pontillon é diretor do Centro de Pesquisas e Controle da Cacao Barry, indústria chcolateira fina francesa.

¹⁹ PONTILLON, Jean. *Do cacau ao tablete*. In: “A ciência na cozinha. Scientific American Brasil”. Duetto: São Paulo, 2007. Vol. 1. p. 62-71

Vários dogmas que eram considerados inatacáveis há alguns anos estão sendo questionados. Esses dogmas dizem respeito à torrefação do cacau e à “conchagem” (modificação físico-química do cacau por meio de tratamento mecânico e térmico). Mas não é de um dia para o outro que as formas tradicionais, não necessariamente obsoletas, darão lugar a procedimentos revolucionários.²⁰

1.4. Do cacau dos trópicos ao chocolate meridional

O chocolate fino, de aroma, gourmet, artesanal ou verdadeiro é um produto de luxo, um dos derivados do cacau nascido e criado às margens do mundo que o consome em maior escala, cultivado em plantações familiares ou em terras arrendadas por grandes empresas. O “cacau fino”, a matéria prima do chocolate considerado neste estudo, é um produto caro, tão glamorizado quanto o chocolate que produz, também por conta das dificuldades de sua produção.

Mais adaptados ao clima tropical de países pobres da região centro-sul americana, africana e asiática, o cacau possui três fenótipos principais: Crioulo (Criollo), Trinitário (Trinitario) e Forasteiro (Forastero). Havendo outras possibilidades de variedades e híbridos genéticos menos difundidos, que não serão considerados neste trabalho.

Cada um desses fenótipos apresenta variações reconhecidas por suas propriedades de atuação sobre os sentidos, principalmente, o do olfato e o do paladar. Nessas possibilidades genóticas dos cacauzeiros, compreendem-se as motivações da indústria em torno de aromas e sabores fenotípicos, alcançados no cultivo das plantas de cacau, além dos saberes aplicados de cada mestre chocolateiro.

O cacau Crioulo é o mais aromático e difícil de cultivar, por conta de sua fragilidade diante das pragas. Nativo da Colômbia e do Equador, trata-se da mesma variedade consumida pelas civilizações mesoamericanas e a mais benquista aos modos de fazer artesanais atuais. Seu baixo amargor e perfume suave permitem o desenvolvimento de produtos muito aromáticos. Sua raridade também se deve ao baixo rendimento de suas plantas, o que confere um ar ainda mais exclusivo a este cacau nos mercados mais sofisticados.

²⁰ PONTILLON, Jean. *Do cacau ao tablete*. In: “A ciência na cozinha. Scientific American Brasil”. Duetto: São Paulo, 2007. Vol. 1. p. 62-71

O Forasteiro é a mais resistente das plantas de cacau, e por conta disso a mais difundida. Quase 90% da produção mundial é dedicada a ela, o que viabiliza o mercado massivo de chocolate, as produções de chocolate comum. Sua característica principal é o forte amargor. Amplamente difundido nos países africanos, o Forasteiro também apresenta cultivos de qualidade superior, capazes de dar personalidade aromática a uma produção *Grand Cru*²¹.

Do cruzamento dessas duas variedades chegou-se ao Trinitário. Com as características aromáticas do Crioulo e a resistência do Forasteiro, essa variedade tem sua origem no século XVIII, na ilha de Trinidad e Tobago – situada no Mar das Caraíbas, a 10Km de distância do mar oriental da Venezuela – onde após a devastação das plantações de Crioulo, por desastres naturais, foram plantados cacauzeiros de tipo Forasteiro, que cruzaram com as sobreviventes de Crioulo, originando a nova variedade.

Tanto Crioulo quanto Trinitário são qualificados por suas propriedades organolépticas²² como “cacau fino” ou “flavour” - “de aroma”. O cacau Forasteiro é conhecido como “cacau comum”, “massivo” ou “bulk” apesar de, ressaltando, algumas seleções servirem a ótimos *Grand Crus*.

No mundo, os países produtores de cacau fino são:

Países produtores de cacau na América Latina

- Brasil
- Colômbia
- Costa Rica
- Equador
- Granada
- Guatemala
- Guiana

²¹ Chama-se *Grand Cru* o chocolate que salvguarde sua qualidade de feitura e garanta a sua procedência. Trata-se de uma adaptação classificatória, um conceito trazido pela certificação *AOC* (*Appellation d'origine contrôlée*) ou (*Denominação de Origem Controlada*), uma qualificação francesa que leva em conta a localização geográfica da produção de certas culturas como vinhos, queijos, manteiga e outros produtos agrícolas, sempre sob a fiscalização da agência governamental denominada *Institut National des Appellations d'Origine* (INAO).

²² Organoléptico ou organolético: que possui propriedades que atuam sobre os sentidos e/ou órgãos (diz-se de substância, p.ex.)

- Honduras
- Nicarágua
- Panamá
- Peru
- República Dominicana
- Trinidad e Tobago
- Venezuela

**Produções reconhecidas como marcas de origem [D.O.]
(localizadas na América Latina)**

Equador

- Arriba – Salinas de Guaranda – Equador
- Old Arriba – Equador
- Esmeraldas – Covo – Equador
- Esmeraldas – Salinas - Equador
- National²³ – Equador
- Clone CCN-51²⁴ – Equador

Granada

- Granada – Ilha de Granada

Guiana

- Cacao Tonka – Orinico – Guiana

Honduras

- Guanaja – Ilha de Honduras

Peru

- Apurimac – Rio Apurimac – Peru

²³ Híbrido genético desenvolvido laboratorialmente para ganhar maior resistência a pragas.

²⁴ Cacao resultante de clonagens para diminuição da suscetibilidade a pragas.

Venezuela

- Paria –Venezuela
- Sul Del Lago Maracaibo – Venezuela
- Puerto Cabello – Venezuela
- Puerto Fino – Rio El Pilar – Península de Paria- Venezuela
- Hacienda El Rosario – Venezuela
- Hacienda El San Jose – Península de Paria
- Rio Caribe Superior – Venezuela
- Porcelana²⁵ – Del Pedegral – Venezuela
- Chuao – Lago Maracaibo – Venezuela
- Carenero Superior – Barlovento – Venezuela
- Capurano – Venezuela
- Concepcion – Venezuela

Rep. Dominicana

- Santo Domingo

Países produtores de cacau na África

- Tanzânia
- Ungada
- Belize
- Costa do Marfim
- Togo
- Camarões
- Ghana
- Madagascar (classificada como Ásia)
- São Tomé e Príncipe

²⁵ Uma variedade fenotípica de cacau, com mais de 90% de genes Criollos, extremamente frágil, suscetível a pragas, com baixa produtividade e grande capacidade aromática, é uma planta nativa de Sur Del Lago, Venezuela.

Produção reconhecida como marcas de origem [D.O.]

(localizada na África)

- Malagashy – Madagascar

Países produtores de cacau na Ásia

- Índia
- Indonésia (Sulawesi, Molucas, Norte de Sumatra, Papua, Java)
- Malásia
- Papua Nova Guiné
- Samoa
- Sri Lanka

Produções reconhecidas como marcas de origem [D.O.]

(localizadas na Ásia)

- Magaro – Java – Indonésia
- Maralumi – Nova Guiné
- Papua – Indonésia
- Sulawesi – Indonésia
- Sumatra – Indonésia

No Brasil, as produções de cacau nunca foram consideradas importantes para a indústria de chocolate fino, porém, atualmente, ressurgem com foco voltado para a qualidade do cacau. O problema com as pragas, em especial a *Crinipellis perniciososa* – a *vassoura de bruxa* – acabou, ao final dos anos 1980, com as últimas esperanças dos cacauicultores da Bahia de manterem o Brasil como um portentoso produtor de matéria prima do tipo massivo. Eles chegaram a ter em mãos o segundo maior mercado cacauero do mundo, perdendo somente para a Costa do Marfim, ainda hoje o maior produtor de cacau *bulk*.

A vassoura de bruxa passou a ser domada com as técnicas de clonagem e hibridações adotadas, que transformaram as plantas e suas resistências propiciando uma nova sub-variedades nacionais. Pará, Parazinho, Maranhão, Alto Amazônico e Comum, e suas mutações Catongo e Almeida fazem parte das sub-variedades de Forasteiro cultivadas no Brasil.

O cuidado na produção de um cacau fino, portanto, inicia-se na escolha do solo onde a planta se desenvolverá, passa pela criteriosa seleção dos frutos e das amêndoas, seguindo por todo um caminho de ponderações que ditarão o tempo de fermentação, o método de secagem, a torra, o processamento para a obtenção de texturas e a manutenção dos aromas. Um processo completamente diferente das produções chocolateiras de larga escala da indústria de massa, que visa puramente o lucro e, não o lucro unido à qualidade gustativa do cacau que utilizam em suas produções.

1.5. O processamento em busca do sabor: do cultivo ao tablete

Na observação dos inúmeros percursos gerativos de sentidos²⁶ pelos quais as amêndoas de cacau passam até transformarem-se no chocolate aromático e saboroso, que esta dissertação visa analisar, é possível alcançar inteligivelmente, a partir do sensível, uma gama de figuratividades²⁷, como entendido na semiótica discursiva.

Portanto, é possível visualizar uma pluralidade de conteúdos interpretativos dados a partir das representações plásticas observadas como cromáticas, eidéticas, matéricas e topológicas, desde o cultivo das plantas de cacau.

Para iniciar a interpretação do discurso desse chocolate, posto que o discurso nada mais é do que a apreensão de uma semiótica enquanto processo de acordo com o nível de profundidade que se encontra manifestado no objeto de análise²⁸, tomemos o cacau como a primeira etapa desse longo e sinuoso caminho de intenções.

²⁶ O *percurso* é a progressão de um ponto a outro, decorrido linearmente ou não; o *gerativo* trata de um modelo transformacional, proposto pelo objeto semântico, significativo, e/ou actancial, agente animado ou inanimado da ação; e o *sentido*, é o efeito, o significado ou a “matéria” (como proposto por L. Hjelmslev - p. 457 Dic. Semiótica) alcançada nas manifestações do plano do conteúdo e do plano da expressão, a substância de uma forma.

²⁷ Figuratividade, figurativo: conceito da semiótica discursiva, que, segundo Denis Bertrand, é “todo conteúdo de um sistema de representação (visual, verbal ou outro) que tem um correspondente no plano da expressão do mundo natural, isto é, da percepção. (...) Esta se interessa, pois, pela representação (a *mimesis*), pelas relações entre figuratividade e abstração, pelos vínculos entre a atividade sensorial da percepção e as formas de sua discursivização.

²⁸ Dicionário de Semiótica, verb. “Semiótica”. p.454

Em busca do surgimento dos primeiros sentidos desse chocolate, poder-se-ia observar a aparência de um cacaueteiro. É possível interpretar que a planta por si já fala da exclusividade do chocolate que permitirá produzir mais adiante. Uma boa planta de cacau florescerá para dar poucos frutos, exclusivamente em um solo de qualidade particular, localizado em zonas tropicais, numa faixa territorial situada entre 20° ao Norte e 20° ao Sul da Linha do Equador.

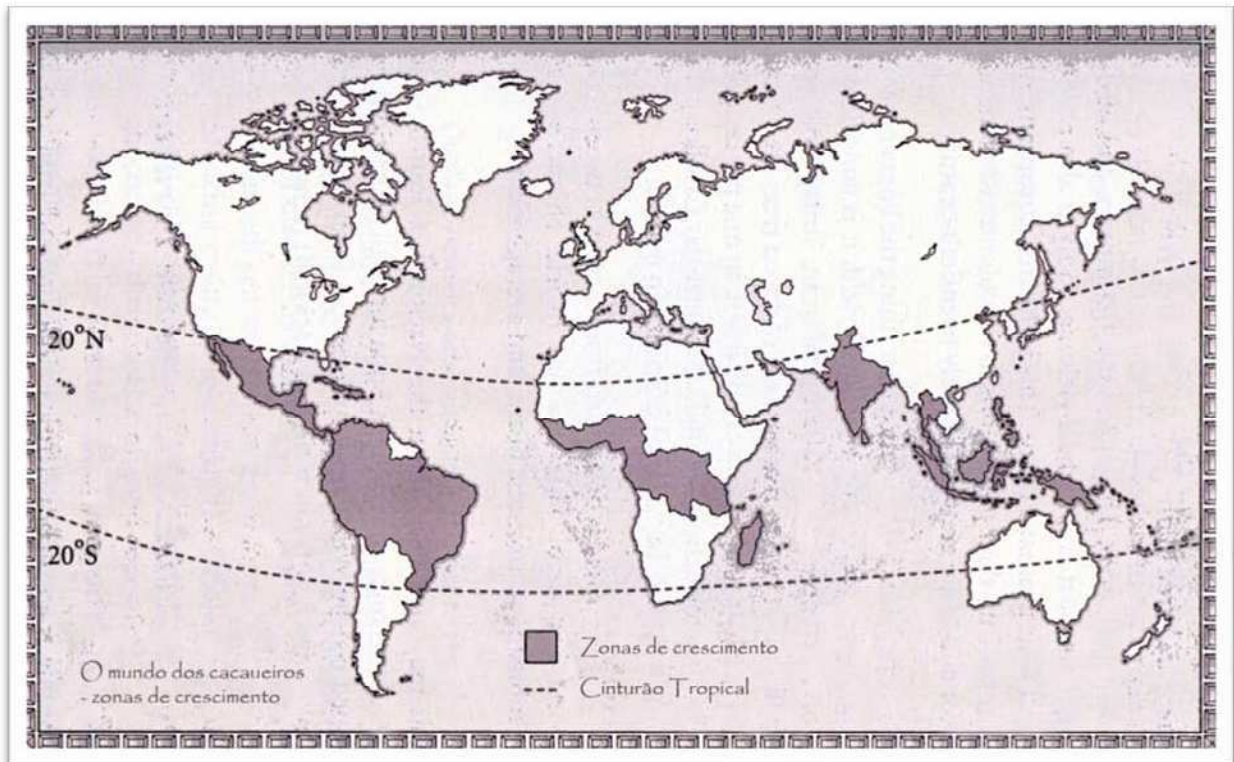


Figura 1- Mapa com legendas traduzidas dos locais de crescimento do cacau, ilustração disponível em DOUTRE-ROUSSEL, Chloé. THE CHOCOLATE CONNOISSEUR. New York: Pinguin Books, 2006. p.53

Ao beneficiar-se da sombra oferecida por bananeiras e leguminosas, o jovem cacaueteiro mantém-se em certa umidade, garantindo que suas folhas sejam preservadas da luz forte e direta, ganhando, então, das plantas ao redor, a garantia de um crescimento frondoso e exuberante até a maioridade.

Na circulação do DNA exportado das Américas para o mundo, nesse cinturão tropical, também há qualquer coisa a se notar a cerca da nomenclatura das três variedades de cacau:

O Forasteiro – aquele que veio de fora. Numa análise nominativa superficial, nota-se que ele é um estrangeiro, um cacau que não se envolve ou não se submete às irregularidades de dentro, sejam elas pragas ou desordenanças naturais; mantendo-se resistente, ele permanece à parte, alheio às intempéries, em produções mais fartas que das demais espécies. E talvez, por essa resistência natural, a planta seja a menos aromática dos varietais, pois não se coloca no contato com o outro, um outro que se faria nos aromas suscitados pelas inúmeras técnicas de cultivo e processamento.

A variedade menos capaz de promover reações e sensações a partir de sustentações sativas²⁹ de aroma e sabor, é a mais cultivada do mundo, 85% da produção mundial de cacau é proveniente do tipo Forasteiro. Notadamente, os que estão em maior número são sempre os que são de fora.

O Crioulo – o escravo nascido nas colônias. Por certo, o cacau mais submisso das variedades. É o mais aromático de todos, basicamente um escravo dos aromas que evoluem nas receitas mais bem planejadas. É frágil, completamente suscetível a pragas e variações climáticas, e produz poucos frutos. Sua raridade parece compatível com a aura de exclusividade e carestia que o universo chocolateiro fino confere às produções que o utilizam. Agrônomos estimam que menos de 1% das produções cacauíferas finas são provenientes de cacau Crioulo. Em menor número, esse é o cacau capaz de se deixar envolver pelos aspectos do alheio.

O Trinitário – o trino - numa interpretação que extrapola o hibridismo ocorrido na ilha de Trinidad e Tobago, se poderia dizer que ele é o terceiro, o resultado da junção de dois, onde toda a lógica se aplicou à genética e reuniu, mesmo, o melhor das outras duas espécies: a robusteza do Forasteiro e a capacidade de pluralizar-se em aromas do Crioulo. Com essa capacidade de coexistência, 14% das produções mundiais são provenientes dessa planta. Dessa forma, pode-se admitir que o cacau Trinitário tenha um pouco de tudo, sendo ao mesmo tempo completamente diferente do que as outras duas variedades cacauíferas são.

A alta qualidade das amêndoas de Trinitários e Crioulos é a base para uma boa produção de chocolates finos. E uma boa produção está relacionada ao sublime, ao elevado, ao espiritual, ao sagrado. Foi assim nos tempos de Montezuma e continua sendo

²⁹ Que é gerado por semente; semeado, cultivado.

assim nos tempos em que a tecnologia auxilia no aprimoramento das espécies com técnicas de clonagem, permitindo que elas resistam mais às doenças, modificando-as. Se para uns, essas modificações genéticas são a oportunidade de deixar que vivam espécies quase extintas, para outros é a própria extinção das espécies, tais hibridismos e mudanças, nas plantas de cacau.

A forma do fruto do cacaueteiro também possui expressão visual repleta de conteúdo. Com vagens produzidas durante todo o ano, mais fortemente colhidas em maio e novembro, o cacaueteiro mistura a beleza das flores com a, talvez, feia tortuosidade protuberante das bolsas que carregam amêndoas. Bolsas que se assemelham a ovários, inclusive por crescerem próximas aos troncos, ligados por pequenas hastes, carregam em si possibilidades para gerações futuras de grande variação gustativa.

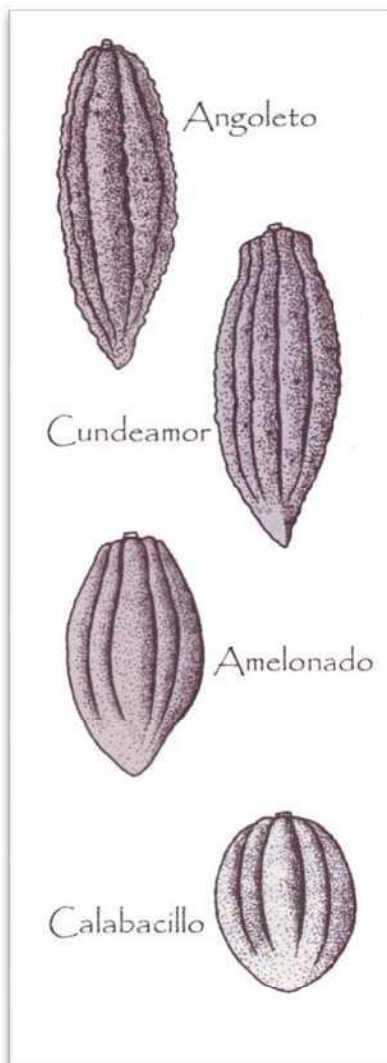


Figura 2 - Formas do cacau: ovários produtores de aroma e sabor. Ilustração do livro *The Chocolate Connoisseur* – Chloé Doutre – Roussel.

Os frutos se apresentam em quatro formas bem detectáveis não relacionadas à genética, formas que, portanto, equalizam os cacaueteiros em um ponto comum, pois todas as origens são capazes de produzi-los, espontaneamente.

No formato conhecido como *Angoleto*, as vagens são longas e sulcadas, com pequeno ou nenhum afunilamento ou gargalo próximo a haste, sendo levemente pontudas; frutos com formato *Cundeamor* são vagens também longas, porém, enrugadas e sulcadas de maneira mais profunda, com saliências assemelhadas a verrugas, um gargalo definido próximo a haste, e a ponta por vezes curvada; o formato *Amelonado* assemelha-se realmente a um melão. Com rugas superficiais, tem a ponta mais arredondada que pontuda com um leve pronunciamento de gargalo junto a haste. A casca nesse formato apresenta-se macia com ocasionais saliências; o formato conhecido como *Calabacillo* assemelha-se a uma pequena abóbora arredondada ou ovalada, frequentemente com a casca bastante macia, quase nunca apresentando ponta ou gargalo, costumeiramente sem sulcos ou saliências.

Colhidas manualmente para que troncos e frutos não sejam danificados, cada vagem carrega um conjunto de sementes, as amêndoas de cacau, que serão extraídas e separadas também com toda a gentileza de mãos habilidosas, para a manutenção das propriedades fecundas de aromas e sabores de cada rebento, o chocolate que, no adiantado do processo, proverão.

Com cascas de cores variantes do verde grama ao amarelo profundo, quando maduros, cada fruto esconde dentro de si sementes amanteigadas, de castanho médio a escuro, recobertas com uma polpa branca e succulenta, apontando aromas e sabores que variam de uma árvore para outra. Cada fruto obriga o cultivador a uma qualificação, um cuidado que deve ser mantido até o último procedimento para a revelação de toda a diversidade de intenções gustativas que o chocolate pode oferecer.

Qualquer erro nos procedimentos do plantio à colheita será fatal para a produção de sabor e aroma do chocolate. Um fruto só deve ser colhido com a sua maturação completada.

O primeiro passo do processamento das amêndoas é a fermentação. Com ela, as sementes revelarão algumas das intenções de sabor e aroma planejados no cultivo. Em caixas perfuradas como peneiras ou coadores, a mucilagem é disposta em camadas, recoberta por fim com folhas de bananeira detentoras uma bactéria que auxilia na fermentação da poupa do cacau, fazendo ela se liquefazer e escorrer, também auxiliando na afloração das propriedades aromáticas das amêndoas recolhidas. Qualquer talho nas sementes, assim como qualquer quebra no processo de fermentação pode danificar a formulação de sabores e aromas.

A fermentação para cada espécie tem períodos diferentes. Para um Crioulo a fermentação dura em média de três a quatro dias, sendo a mais rápida das três espécies. Uma leva de Trinitário ou Forasteiro fermentará em cinco ou sete dias.

Depois disso, vem a secagem. Quando a mucilagem for drenada, as amêndoas que possuem até 60% de umidade, devem secar até chegarem a 6 ou, no máximo, 8%, para prevenir que moquem na estocagem, que poderá durar de quatro a cinco anos, sem apodrecimento. A secagem, também, serve para impedir a fermentação excessiva, o que conferiria às sementes sabores desagradáveis. Além disso, com ela espera-se obter a eliminação da acidez volátil, acética e não lática, bem como a oxidação dos materiais

fenólicos, propiciadores da coloração marrom do chocolate. Um chocolate de sabor ácido acontece quando a semente é secada de maneira rápida, perdendo a permeabilidade, e o ácido acético natural das sementes não é bem eliminado.

O processo de secagem consiste em revirar as sementes ao sol, diretamente no chão batido, no cimento ou em assoalhos, aparentemente com melhores resultados se secadas ao sol brando da manhã, antes do meio dia, e à tarde, até antes do anoitecer, sempre em locais apropriados, protegidos do tempo e das impurezas. Secagens artificiais também podem ser utilizadas, mas devem ser cautelosas, pois, inadequadamente operadas, estragariam o sabor das sementes. Essa parte do processo trata da permanência e também da expansão dos aromas aflorados na fermentação. A secagem bem feita permite que as amêndoas retenham seus sabores e aromas e os façam persistir no paladar e no olfato, como características qualitativas do produto, chocolate.

Os resultados finais de cores e sabores dessas amêndoas vão a se completar no momento da torrefação, que variará de acordo com a proposta gustativa a ser alcançada. Nos *blends*, tempos de torrefação são obtidos separadamente para somente depois as favas serem combinadas. Após a torra, uma combinação de calor e tempo, as sementes são descascadas por máquinas. Modos de operacionalizar a produção do chocolate acabam por alterar a ordem desse passo. A descorticação viria antes da torra, em alguns casos.

Depois da torra e da descorticação vem a moagem, e então o cacau é transformado em pequenos pedacinhos, mais conhecidos e comercializados como *nibs*. Muito crocantes e amargos, os *nibs* de cacau passaram a ser incorporados a receitas. Deles se obtém o licor, a manteiga e a torta de cacau.

O licor ou a pasta de cacau, com consistência de pasta de amendoim, é o resultado da moagem dos *nibs*, e já apresenta o aroma característico do chocolate. Da prensagem dessa pasta, se extrai a manteiga de cacau, deixando como sobra uma matéria seca conhecida como torta de cacau.

No desenvolvimento do chocolate fino, a manteiga de cacau é incorporada ao licor na produção do chocolate. A manteiga, na indústria do chocolate de massa, pode ser substituída por gorduras vegetais mais baratas, desqualificando a produção que perderia em sólidos de cacau, sendo desenvolvida com outras matérias gordurosas e emulsificantes.

Apesar de ter-se como regra que bons chocolates são feitos com o mínimo de aditivos possíveis, é permitido acrescentar-se, a uma composição considerada bem produzida, açúcar, leite, e lecitina de soja, como agente emulsificante. Tudo isso processado resultará em uma pasta macia, de textura bastante melhorada, a composição de um chocolate.

Com a conchagem³⁰, essa composição ganha em textura e qualidade de aromas e sabores, pois é também um processamento que permite a evaporação de qualquer ácido que tenha sobrado. Ácidos que se assemelham sensivelmente aos do vinagre.

Essa técnica, empregada desde o século XIX pela Lindt³¹, hoje ganha ares mais modernos e sofisticados, pois, é possível programar a temperatura e o tempo de conchagem por computadores.

De acordo com a produção de cada empresa, a conchagem pode durar mais de 3 dias, revolvendo uma composição a uma temperatura entre 60°C e 75°C. A velocidade, a temperatura e a duração afetarão diretamente o resultado *gustativo* do chocolate. E com *gustativo* desejo fazer compreender que são todas as percepções propiciadas pela composição de aromas, sabores, texturas, sons e cores.

A têmpera vem logo depois da finalização do uso das conchas, pois o chocolate fundido, para ganhar consistência de barra, precisa ser resfriado até a temperatura de 40°C para permitir a cristalização estável dos seis tipos de cristais de gordura presentes na manteiga de cacau. Esses cristais se fundem em diferentes temperaturas e também assim se resfriam. Esta finalização, efetuada da maneira adequada, permite a conquista de uma aparência macia e brilhosa, com textura homogênea e delicada, para o chocolate. Depois desse resfriamento, a temperatura do chocolate cai muito rapidamente, porque fica mais fácil estabilizar a cristalização dos demais cristais de gordura.

Com o chocolate a aproximadamente 32°C, pode-se estocá-lo para uso posterior em forma líquida ou em bloco, a chamada cobertura³², utilizada por *chocolatiers* fundidores. Nessa temperatura também se pode moldá-lo, levando-o à refrigeração, no caso

³⁰ Conchagem: um processo que altera físico-quimicamente o chocolate, definindo texturas, reduzindo a acidez e a florando os aromas, em um reviramento feito por grandes conchas, durante vários dias.

³¹ Tradicional marca de chocolate suíço.

³² Cobertura, o chocolate obtido no primeiro resultado da têmpera, a conhecida matéria-prima, usada na fundição de chocolates caseiros ou de pequenas produções artesanais, por exemplo, ou o resultado da produção de massa, com amêndoas de baixa qualidade. Pode ser distribuída em forma líquida em caminhões parecidos com caminhões de transporte de leite ou em grandes blocos, em geral a partir de 500g.

industrial, aos túneis de refrigeração, para a finalização do produto, que será desenhado e aparado geralmente por máquinas, ao final do processo.

1.6. Os conceitos utilizados

Com base na semiótica discursiva, esta dissertação pretende contribuir para o desenvolvimento de uma *semiótica do gosto*. Semiótica esta, que lança mão de outros desenvolvimentos teóricos e metodológicos para dar conta do *gosto* como um objeto capaz de fazer o humano trilhar caminhos que o levem às suas predileções por seus objetos, sendo eles animados ou não, além de buscar significados e valores empregados nessa predileção, onde o gosto torna-se, portanto, um objeto da significação.

Como explica Eric Landowski na apresentação de *O gosto da gente, o gosto das coisas* (1997):

Aceitar essa perspectiva implica certas exclusões. A do sociologismo, por exemplo: gosto não é o mero resultado de um conjunto de constrangimentos sociais que determinariam mecanicamente os julgamentos dos sujeitos. Mas exclui também, no outro extremo, a redução fisiologista: gosto não é a simples resultante de determinações neurobiológicas que regeriam automaticamente as atrações e as repulsas dos humanos em função das propriedades físico-químicas das coisas. Além ou aquém desses dois pólos, a semiótica visa construir uma gramática (actancial e discursiva) da produção e da apreensão dos “gostos” enquanto efeitos de sentido. Tal tipo de modelização somente pode ser relevante se se pressupõe a existência de um campo de atividade e de receptividade aberto, em que se reconheça aos próprios sujeitos a competência de construir sua relação com o mundo circundante, tanto como presença sensível, carregada de valor, quanto como rede de formas inteligíveis, investidas de sentido.³³

O termo *gosto*, portanto, será entendido *como a capacidade de apreensão apreciativa*. O que significaria, a compreensão do que se estima, avalia ou julga sensível e inteligivelmente, estésica e esteticamente, coisa que, em um objeto gastronômico como o chocolate, resulta no conjunto das sensações gustativas, olfativas, mecânicas, propioceptivas e térmicas, como previsto por Hervé This³⁴, em sua nova fisiologia do gosto. Uma vez que esse conjunto de informações sensoriais seja sentido de maneira fisiológica, o cérebro passa a

³³ *Op. Cit.* p.9

³⁴ Hervé This é físico-químico e pesquisador do Instituto Nacional de Pesquisa Agrícola (Inra) e do Laboratório de Química das Interações Moleculares do Collège de France.

interpretá-lo, associando a essas informações, “qualidades segundo experiências individuais ou sociais (lembranças, emoções, aprendizagens etc.)”³⁵.

Em Brillat-Savarin, a *Fisiologia do Gosto* (1825) definia o termo como o sentido que nos coloca em contato com os corpos sápidos. Segundo o gastrônomo, o *gosto* poderia ser considerado de três modos diferentes. Primeiro, pelo modo físico, dado pelo aparelho humano capaz de apreciação (estimativa, experimentação) dos sabores. Depois, pela moral, a partir da impressão (juízo de valor) que um objeto saboroso causa no aparato físico de apreciação. E por fim, o gosto poderia ser considerado em sua causa material, ou seja, ele seria a capacidade que um corpo tem de afetar o aparato de apreciação do sabor, fazendo, assim, nascer a sensação gustativa.

Na revolução gastronômica encabeçada por This, os conceitos de Savarin são ultrapassados. O juiz-epicurista-gastrônomo do início do século XIX trabalhava com três ordens distintas sobre a sensação do gosto: a *sensação direta*, com o objeto sávido na cavidade bucal, ainda em contato com a parte anterior da língua; a *sensação completa*, complementar à primeira, com o corpo sávido passando para o fundo da boca, impregnando toda a cavidade bucal com seu “gosto” e aroma; e a *sensação refletida*, o juízo feito pelo indivíduo a partir das impressões transmitidas pela boca. Tendo assim, o *gosto* relacionado diretamente à captação do *sabor*.

Para o físico-químico-gastrônomo do início do século XXI, não é somente a boca que sente o gosto das coisas, por isso, ele questiona o uso do termo *gosto* para *sabor*, propondo *sapicion* ou *sapieidade* para qualificar aquilo que é sávido³⁶. This compreende que a aparência é também fator determinante para o gustativo. E dessa maneira, reconstrói, com embasamento científico, o modelo de percepção da sensação gustativa na boca, que será observada mais adiante.

Dessa forma, o *gosto*, a interpretação cerebral das sensações apreendidas pelo corpo aliadas às experiências sociais e individuais, e assim sendo, um complexo entre as sensações estésicas e estéticas, sensíveis e inteligíveis, é diferente de *sabor*. E *sabor* é apenas uma das sensações que nos colocam como presença no mundo natural gastronômico, uma presença marcada pelos prazeres e desprazeres de um sujeito “à mesa”.

³⁵ Cf. THIS, Hervè. *A nova fisiologia do gosto*. In: “A ciência na cozinha”. *Scientific American Brasil*. Duetto: São Paulo, 2007. Vol. 2. p. 14

³⁶ Sávido: que tem sabor; gostoso.

Ser um *sujeito* significa ser, face ao mundo, aos objetos e outros sujeitos, uma presença sensível que produz sentido. Um actante suficientemente competente para transitar entre o abstrato das apreensões estéticas e inteligíveis, e o concreto das apreensões estéticas e sensíveis. Sendo assim, para estar-se lá, no mundo natural gastronômico, *presentificadamente*, como se usa dizer na semiótica discursiva, seria necessário imbricar todos os cinco sentidos em movimento e em comunicação, permitindo-se perceber que, o *gosto*, que passa pela boca, ao mesmo tempo, permeia toda a compreensão sobre o mundo em que se vive. Um mundo particular, apreendido por cada sujeito, por meio de si mesmo, de maneira íntima e intransferível; um mundo social, apreendido por cada sujeito a partir dos outros, nos espaços públicos ou coletivos, onde o que se comunica, ou se expõe, é preestabelecido em um consenso geral; e um mundo *incomprovado*, não menos particular, onde um indivíduo entra em contato com o outro de maneira íntima, captando significados, ou sentidos, pelos seus modos de sentir e pelos modos que aparentemente um outro sujeito desejou fazer sentir.

Nesse jogo de apreensões inteligíveis e sensíveis, os sujeitos, por meio de seus gostos, se colocam em contato. Um contato intermediado pelo gosto que um e outro têm por determinado objeto sávido ou por qualquer instância do mundo que os cerca. Por *objeto sávido*, quer-se alcançar o produto final guiado por uma receita, por um modo de fazer, pela assinatura gastronômica de um *chef*, ou no caso, um *maître chocolatier*, que deseja agradar, por meio de seu próprio gosto, impresso na produção gastronômica, ao gosto de seu conviva.

Nas formas da proposição do prazer à mesa, entre quem serve e quem é servido gastronomicamente, retoma-se as teoriações desenvolvidas por Landowski, em *Gosto se discute*³⁷ (1997). O autor esquematiza os efeitos de sentido das diversas possibilidades entre o *gosto de agradar*, que seria o prazer em servir positivamente aos sentidos do outro, de ser “amado” pelo outro, e o *gosto de gozar*, sendo este o prazer em ser agradado sensivelmente pelo outro, numa relação que transita entre o subjetivo e o objetivo, intersubjetivamente, portanto, entre os prazeres da mente (do espírito pensante, gênio, temperamento) e os prazeres do corpo (do físico, da carne, do fisiológico).

³⁷ LANDOWSKI, E. *Gosto se discute*. In: “O gosto da gente, o gosto das coisas: abordagem semiótica”. Eds. Eric Landowski, José Luiz Fiorin. São Paulo: Educ, 1997. p.122

Landowski em seu esquema postula que há subjetividade no *gozar*, como há objetividade no *agradar*, onde, respectivamente, os sujeitos passariam ao *gosto de fruir* e ao *gosto de aprazer*, tendo um estatuto referencial de ator humano ou não. Para evidenciar essa diferenciação entre *gozar* e *fruir*, e entre *aprazer* e *agradar*, dentro do tema abordado, pode-se compreender que:

- Gosto de agradar ∴ é o prazer em despertar prazer, numa sensação subjetal de querer ser ou oferecer o objeto do gosto do outro (a experiência vivida pelo mestre-chocolateiro por meio do chocolate)
- Gosto de aprazer ∴ é o prazer em despertar prazer, numa sensação objetal de querer ser ou oferecer o que é entendido como aprazível ao gosto do outro (a experiência conferida ao chocolate como sujeito actante da promoção do prazer planejado pelo *chocolateiro* e almejado pelo *degustador*)
- Gosto de gozar ∴ é o prazer em ter prazer, numa sensação objetal de desfrutar do que o outro é ou oferece como aprazível (experiência vivida pelo *degustador* como um avaliador, por meio do chocolate)
- Gosto de fruir ∴ é o prazer em ter prazer, numa sensação subjetal de desfrutar do que o outro é ou oferece como aprazível, tendo em si o prazer de proporcionar prazer (a experiência conferida ao chocolate como sujeito actante da intencionalidade de agradar do *chocolateiro*, que se agrada do prazer proporcionado ao *degustador* pela degustação do chocolate, a fruição enfim)

À presença sensível desses sujeitos que produzem sentido, o chocolate discutido por essa dissertação, transmuta-se de objeto a sujeito, como qualquer sujeito poderia ser convertido em objeto a partir das intenções de outro sujeito. Como prevê Landowski, um objeto pode, a partir da disposição de um sujeito de assim considerá-lo, vir a ser um actante plenamente competente, pronto para interagir estésica ou esteticamente com um sujeito, que assim se disponha a relacionar-se com o objeto. “Pois nem as coisas são meramente objetos sensíveis, sem alma, nem as pessoas sujeitos inteligíveis, sem corpo. Ao contrário, ambos falam a mesma linguagem complexa, em que a apreensão do sentido não é separável da escuta do sensível.”³⁸

³⁸ LANDOWSKI, E. *Gosto se discute*. In: “O gosto da gente, o gosto das coisas: abordagem semiótica”. Eds. Eric Landowski, José Luiz Fiorin. São Paulo: Educ, 1997. p.121

Com isso, conclui-se a parte introdutória desse discurso complexo, que visa abordar a capacidade humana de conferir poderes às coisas, fazendo delas suas motivações, seus porquês, suas soluções, inclusive para os males de seu inconclusivo existir. Por meio do chocolate qualificadamente produzido, a intenção é também verificar como essa capacidade humana comunica os seus modos de sentir e viver seus objetos-sujeitos, e como estes, por meio dos valores e das competências conferidas a si, são capazes de transformar o humano, mesmo que momentaneamente, em algo maior do que realmente é.

2. A DEGUSTAÇÃO DO CHOCOLATE

Para que sejam apreciadas todas as qualidades estéticas de um chocolate é preciso que os sentidos estejam atentos a elas, e aquém ou além, também às suas qualidades estéticas. No atentar dos sentidos a tais qualidades, a familiaridade, o treino é uma exigência, uma repetição, que no caso do chocolate, deve ser tanto prazerosa quanto reflexiva.

No caminho percorrido pelos *connoisseurs*, os apreciadores com um tipo de *bom gosto* “inato” que, contrariando a imanência dos dons, é alcançado ou desenvolvido, vai-se da história à degustação; da degustação ao prazer; do prazer ao conhecimento; do conhecimento à repetição; da repetição ao aprofundamento; do aprofundamento ao contato, consigo e com o outro, em um caminho repleto de conquistas e significados.

Nesse longo percurso gerativo de sentidos variáveis entre os sujeitos da degustação, o conhecedor, a fim de localizar aquilo que particularmente o fará reconhecer uma determinada composição chocolateira como de sua preferência, terá sua jornada iniciada pelo entendimento do que irá consumir. A proposta é que um sujeito, a fim de compreender o valor e as competências de um chocolate fino, disponha-se a degustá-lo de maneira minuciosa, buscando verificar que respostas de sabor, não comumente encontradas em um chocolate, estarão ali expressas.

Se o cultivo do cacau e o seu processamento pormenorizado fazem de uma receita de chocolate uma iguaria gastronômica, é preciso reconhecer o que tamanha qualidade manifesta em termos de sabor e aroma, além das texturas, aparências, temperaturas e sons, propriocetivamente notados.

Em um chocolate de qualidade excepcional devem-se apreender aromatisações de elementos alheios a ele. Um chocolate fino evoca olores³⁹ geralmente independentes ou dissociados, tais como: couro, pães, biscoitos, alcaçuz (muito usado na confeitaria), frutas, grãos, castanhas, cogumelos (talvez em uma floresta úmida), flores, tabaco, tostados e outros que, como notas aromáticas, podem comparecer na degustação de maneira intensa, uma a uma, subsequentemente, persistindo na boca por vários minutos, ou sendo sobrepujadas por outras notas aromáticas, ainda mais significativas. Um bom chocolate

³⁹ Mais do que odores, que poderiam ser entendidos também como cheiros ordinários, mas, olores, cheiros suaves e agradáveis; fragrâncias, como previsto pelo dicionário.

deixa claro seu começo, seu meio e seu fim, podendo apresentar uma disparidade grande entre o principio e o final de sua jornada gustativa⁴⁰.

Esse caminho de sinestésias possíveis a partir da apreensão e do cultivo do gosto precisa ser alcançado por toda a capacidade de sentir de um sujeito. Segundo os conhecedores experientes, seguindo um passo a passo para que todos os sentidos sejam atendidos.

2.1. Apreensão e cultivo do prazer

Desenvolver um gosto, suas proveniências, alusões e significâncias, é libertar, para o interior de si, um universo de memórias, emoções e pareceres, resumidos em prazer ou desprazer por uma formulação estésica e estética, a definição daquilo que é bom ou ruim⁴¹ de acordo com uma capacidade perceptiva pessoal e, portanto, intransferível.

Para a discussão dessas percepções físicas e cognitivas, observa-se a partir da construção dessa capacidade de apreensão apreciativa sensível e inteligível do objeto sávido chocolate, os feítios inerentes às ordens sensoriais que nos envolvem, e nos colocam como presença no mundo, por meio do sincretismo de suas possibilidades na produção de sensações e significados.

Muito aquém dos semióticos que produziram trabalhos interessantíssimos sobre o gosto, que discursam tanto sobre a preferência quanto sobre o paladar, ainda numa imensa confusão sobre a definição do termo, estão os profissionais e os amadores, que em produções bastantes práticas, brincam com as possibilidades sensoriais na criação de receitas e pratos, que atentam para texturas, cores, aromas, sonoridades e sabores.

Quando o fisco-químico Hervé This⁴², diz que como a música a cozinha também é evocação, sendo um exercício salutar procurar nos eventos da gastronomia os

⁴⁰ Retomando: *Gustação, gustativo, gosto, serão termos sempre referenciais de capacidade de apreensão apreciativa estésica e estética, portanto, um entendimento das propriedades sápidas (sensação gustativa, sabores), olfativas, mecânicas (textura), proprioceptivas e térmicas, como previsto por Hervé This.*

⁴¹ Ver: BARROS, *Diana Luz Pessoa de. Gosto bom, gosto ruim.* In: "O Gosto da gente, o gosto das coisas: abordagem semiótica". São Paulo: Educ, 1997. p. 163-176

⁴² Hervé This propõe uma "nova fisiologia do gosto", suplantando o legado de Jean Anthelme Brillat-Savarin por meio de diversas comprovações científicas e novos conceitos.

efeitos⁴³ dessas memórias e imaginações, como um re-inventor dos modos culinários e gastronômicos, ele contribui diretamente com os estudos dessa semiótica, que leva em consideração as formulações dos sentidos muito além da sensação do sabor, na observação dos objetos sápidos, discursando, então, sobre a ebulição das provocações de significados que vão do cultural ao inato, do social ao individual.

This, com sua nova fisiologia do gosto, trata desses sentidos (ou significações) originados na experiência, com o uso de “lembranças, emoções e aprendizagens”, resultantes de um conjunto de sensações, que permitem o entendimento do gosto, portando, como uma mescla cognitiva das percepções físicas dadas pela imbricação das ordens sensoriais, que não podem ser meramente confundidas com a sensação do sabor dada pela boca.

Trata-se assim, de um sincretismo de sensorialidades, traduzindo, sempre em ligação e movimento, tato, olfato, paladar, visão e audição, que trarão antes, durante ou depois do ato de consumo, uma proposta de transporte para uma época, um lugar, um sentimento, uma possibilidade de ser e estar conjunto àquilo que satisfaz ou não.

José Luiz Fiorin nos faz lembrar em “*De gustibus non est disputandum?*”⁴⁴– *Para uma semiótica do gosto*”⁴⁵ – das várias acepções do termo “gosto”. E nos faz pensar que “se o sentido mais geral do vocábulo *gusto* é o de inclinação, de pendor, de preferência, ele é a aptidão para diferenciar e apreciar certas coisas, para estabelecer e marcar diferenças e apreciações entre os objetos, os comportamentos, etc.”⁴⁶. O que definiria o gosto como um valor constituído, em oposição a outros gostos.

Nessa espécie de batalha que travamos conosco, numa busca incansável por aquilo que servirá como fonte de satisfação, está a nossa capacidade de aprimoramento. Talvez por conta da habilidade humana em adaptar-se, acabamos por nos colocar sempre diante de uma nova tentativa, nos oferecendo outra oportunidade para modificar a recepção do prazer, ou mesmo o gosto que nos direciona.

⁴³ THIS, Hervé. *A nova fisiologia do gosto*. In: “A ciência na Cozinha”. Scientific American Brasil. Vol.2. p.10-19

⁴⁴ “Gosto não se discute?”

⁴⁵ Ver: *O gosto da gente, o gosto das coisas*.

⁴⁶ FIORIN, José Luiz. *De gustibus non est disputandum?*– *Para uma semiótica do gosto*. In: *O gosto da gente, o gosto das coisas: abordagem semiótica*. São Paulo: Educ, 1997. p. 15

Seja abandonando um hábito que traz prazer, mas é danoso à saúde; encontrando graça naquilo que desgosta ao gosto, mas contribui diretamente para a melhoria de alguma deficiência, enfim, por fatores internos ou externos, relativos à nossa própria vontade ou à vontade do ambiente em que vivemos, estamos comprometidos com a apreensão e o cultivo das diversas propostas capazes de nos definir como indivíduos, como sujeitos sociais. Talvez seja a partir de um gosto formulado que essa definição do sujeito aconteça, e nela o reconhecimento de intencionalidades e significados, numa constante troca de sensações (físicas) e emoções (mentais) evocadas e incomprovadas entre os sujeitos.

2.2. O chocolate como sujeito transformador

*(...) a degustação dos sabores alimentares é a matriz de todas as formas de gosto, ou seja, de que o sentido do gosto radica no corpo.*⁴⁷

José Luiz Fiorin

É no corpo que os gostos afloram. A capacidade de sentir de cada indivíduo é a sua experiência no mundo. E quando compreendemos um indivíduo como um sujeito social, ou seja, um ser ativo, sujeito às modalizações circulantes pela sociedade em que vive, é-se capaz de compreender que gostamos daquilo que queremos, gostamos daquilo que podemos e também gostamos daquilo que nos dizem devermos gostar.

Para degustar um *bom* chocolate é preciso antes de tudo saber gostar, ter capacidade de compreender minúcias, competência para observar as pistas deixadas em uma composição que fala aos sentidos de sua própria construção gustativa, que transfere ao degustador o papel actancial, de sofrer a ação, de ser e pertencer a tempos e espaços diferentes ou iguais aos seus, na efusão ou na fusão dos gostos, provenientes de sujeitos distintos, captados de maneira sempre particular e intransferível. Ou seja, quando eu gosto de um chocolate, eu sou ou sinto o que o chocolate me faz ser ou sentir, quando estamos em contato. Sendo que o chocolate só faz ser ou sentir, a partir de uma valoração, a ele conferida, que o transforma na expressão gustativa de um sujeito capaz de transformar outro sujeito.

⁴⁷ FIORIN, José Luiz. *De gustibus non est disputandum? – Para uma semiótica do gosto*. In: O gosto da gente, o gosto das coisas: abordagem semiótica. São Paulo: Educ, 1997. p.14

Dessa forma, é possível ver o chocolate em modos de presença distintos diante de seus apreciadores, ora apresentando-se em uma relação objetal com seu criador, ora numa relação de completude subjetal com seu degustador, sem deixar esquecer que na figura do mestre-chocolateiro, tem-se tanto o papel do criador quanto o papel do degustador, posto que o chocolateiro é tanto destinador quanto destinatário do prazer que proporciona, por meio do chocolate que constrói. Pois, é o seu modo de ser e de sentir que segue, ao degustador comum, diga-se assim, impresso em um modo de fazer chocolate, permitindo que um outro, de maneira íntima e incomprovada, entre em contato com o seu próprio gosto e o seu modo particular de sentir prazer.

Não se trata neste momento de dizer o que são esses prazeres, pois para cada marca ou elemento gustativo da criação e, também, da recepção valorativa dos degustadores, serão uns e não outros, os prazeres em voga. Mas, sim, da intenção de discursar sobre a capacidade transformadora de um sujeito que, no ato de um contato íntimo, como a degustação, terá a possibilidade transformar um outro sujeito.

Independentemente da volição à qual o chocolate tenha que saciar, é no momento da degustação que ele entra em conexão com o sujeito, colocando-o em contato ou não com o que foi planejado no ato de sua criação ou re-criação, promovendo uma sanção positiva ou negativa por parte do degustador, em relação à competência de seu criador, a partir de sua própria competência de sujeito-transformador.

2.3. O gosto pelo sabor chocolate

Antes de definir-se por uma barra de chocolate, o consumidor tem em si um gosto já desenvolvido pelo sabor do produto, não propriamente os sabores definidos por uma marca, mas o sabor que já se sabe ser de chocolate. Talvez até um sabor idealizado de chocolate, não necessariamente conectado à realidade.

Nessa idealização, estando ele treinado para nuances estéticas mais profundas ou não, ciente das nuances estéticas ou simplesmente utilizando automaticamente padrões estabelecidos por suas formações culturais, o degustador sabe o que deseja encontrar em uma produção assim denominada. E, portanto, espera ser satisfeito no ato da degustação.

Ao se analisar o chocolate como um evento estético e estésico, revendo sua capacidade de fazer aprazer e de fazer fruir, em uma interação objetual e subjetal com o sujeito-degustador, podemos pensar no cultivo de um relacionamento por meio do hábito de consumo. Algo que levaria o degustador a prática de sentir, descobrir ou re-descobrir o que lhe agrada no aprimoramento da degustação do mesmo sabor. Ou seja, quanto maior a intimidade com o sabor, maior a descoberta de prazer, maior o ensinamento sobre a significação da matéria significante.

Em “Sabor de Sabor Pão de Açúcar, à luz da semiótica”, Ana Claudia de Oliveira destaca o aprimoramento da capacidade de aprazer-se com o uso, a prática, o hábito. Ela demonstra que “somente o sentir de um gosto ensina as suas variabilidades e a experimentação continuada destas desenvolve esteticamente a sua apreciação.”⁴⁸

Assim, a compreensão ou a apreensão das estésias de objetos que nos fazem sentir nossos sentidos é dada pelo cultivo e observação das características deles decorrentes.

Um chocolate amargo, por exemplo, requer um paladar mais apto e atento aos aromas e evocações que um chocolate ao leite, de fácil apreciação pelas quantidades de açúcar e gordura envolvidos em sua composição, facilmente notados por nosso paladar.

Um chocolate sem a adição de açúcar, não necessariamente é um chocolate amargo, as amêndoas de determinados tipos de cacau, associadas a um tempo determinado de torrefação, podem resultar em uma barra adocicada, não propriamente amarga e longe de ser doce. Porém, sendo amarga, ela talvez não seja naturalmente agradável, pois contestaria um atavismo do paladar, conquistado nos primórdios da humanidade: a associação do sabor amargo a venenos ou substâncias tóxicas ao organismo. Assim, outras capacidades perceptivas devem assumir a frente dessa degustação, que para uns pode ser intolerável, para outros, um dos maiores prazeres disponíveis.

⁴⁸ OLIVEIRA, A. C. de. *sabor de Sabor: Pão de Açúcar, à luz da semiótica*. In: 12 o. Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - COMPOS, 2003, Recife. Anais do COMPOS, 2003.

2.4. A inteligibilidade da presença sensível

O chocolate propõe, portanto, um regime de interação entre a inteligência e a sensibilidade “tanto implicado na experiência vivida do mundo sensorialmente perceptível, quanto engajado na busca reflexiva do sentido daquilo que está vivendo”.⁴⁹

Ao analisar essa experiência estética pautada na apreensão estética das formas significantes do vir a ser do chocolate, que um gosto determinaria, toma-se a ideia de que não há distância entre os sujeitos, pois, em momentos simultâneos, diferenciados somente pelos pontos de vista ou modos de sentir, um será para o outro o que o outro desejou que ele fosse, numa cumplicidade que seria interrompida somente pelo desgosto acidental pelo gosto de um ou de outro.

Observando o caminho do chocolate que inicia no contato com o mestre chocolateiro e termina no contato com o degustador, nota-se que o mestre só findará a sua receita, quando a composição por ele trabalhada atender, conjuntamente, ao seu prazer gustativo e ao seu juízo de valor. De posse desse objeto, gustativamente e valorativamente apropriado, adequado a um gosto geral, ao menos em teoria, de acordo com o modo de crer, de ser e de sentir do mestre-chocolateiro, o degustador passa a se dispor ao gosto do outro, conferindo ao chocolate a capacidade de transformar, na experiência da degustação, suas volições, seus desejos e expectativas.

Com essa expressão de sentidos dados nas apreensões conquistadas por meio dos aparatos sensoriais dos sujeitos implicados nessa relação, dá-se o que define Landowski como *semiótica sensível*⁵⁰, onde tem-se

[...] em relação, de um lado, sujeitos dotados de “sensibilidade” — de uma aptidão para sentir, e, portanto, de uma *competência estética* — e, do outro, manifestações dotadas, enquanto realidades materiais, de uma *consistência estética*, isto é, de qualidades ditas elas também, “sensíveis” (especialmente de ordem plástica e dinâmica), oferecidas à nossa percepção sensorial.⁵¹

Como dito pelo autor, o estatuto actorial dessas presenças sensíveis, podem apresentar-se tanto quanto sujeitos-humanos como objetos-sujeitos, conduzindo a relação por

⁴⁹ Cf. LANDOWSKI, E. *Para uma semiótica sensível*. Revista Educação e Realidade, v. 30, p. 93-106, 2005. p.101– (sobre a segunda parte de Da Imperfeição)

⁵⁰ Cf. LANDOWSKI, E. *Aquém ou além das estratégias, a presença contagiosa*. In: Documentos de Estudos do Centro de Pesquisas Sociosemióticas – 3 (2005) – São Paulo: Edições CPS, 2005. p.18

⁵¹ *Ibidem*.

um caminho compreendido entre o regime de junção e o regime de união, onde o primeiro pressupõe a transformação de um sujeito embasada no contato com um objeto, proveniente de um outro sujeito ou não, e o segundo embasa essa transformação no contato direto entre sujeitos, sem intermediação.

No percurso narrativo do chocolate, temos, então, três sujeitos actantes em implicação. Um transformando o estado de ser e de sentir do outro. Esses modos de presença permitem que se traga à discussão o *regime do contágio*, pois, ao imprimir o seu próprio gosto no chocolate, o chocolateiro se coloca como presença viva em sua produção, permitindo que, na relação do chocolate com o degustador, não mais se tenha um fazer ser e sentir calculado, por meio da relação performática do chocolateiro na qualificação valorativa do objeto chocolate; E, sim, no momento, mesmo, da degustação, o que seria um objeto em junção com um ou com outro, torna-se um sujeito capaz de fazer ser e sentir todas as suas qualidades e valores, mesmo que de modo exclusivo e diferente do que foi idealizado.

Com essa formulação presencial, “cessa de intervir a dialética entre um fazer persuasivo e um fazer interpretativo aplicados a um objeto-mensagem em circulação entre os interlocutores⁵².” E coloca-se em voga a própria sensação estética e sensível da interlocução dada no chocolate, a partir do chocolateiro, que desencadearia imediatamente um modo de ser e de sentir, cognitiva e esteticamente, no degustador, no ato da degustação. Pois, como definido por Landowski:

[...] A menos que remetamos o fenômeno à ordem do inefável, é preciso que *alguma coisa* passe de um sujeito ao outro para que haja “interação” entre eles. É isso que reconhecemos ao dizer que o tipo de contágio que nos interessa, pressupõe, na falta de causas ou razões, a *presença* de um sujeito para o outro. Estar presente para outrem já é comunicar, mesmo que alguém do plano cognitivo. (...) Todo o problema está na definição do estatuto dessa comunicação, na qual, por hipótese, o corpo não faz sinal com base em algum código preestabelecido, mas na qual ele faz *sentido*, imediatamente e dinamicamente — em ato.⁵³[...]

Nesse ponto, fica ainda mais compreensível a capacidade do sensível fazer sentido, significar. Em *Para uma semiótica sensível* (2005) – de Landowski – tem-se a possibilidade dessas duas dimensões constitutivas de apreensão do real, o *inteligível* e o *sensível*, sustentarem uma a outra, não de maneira contraposta, mas correlata, complementar.

⁵² LANDOWSKI, E. *Aguém ou além das estratégias, a presença contagiosa*. In: Documentos de Estudos do Centro de Pesquisas Sociosemióticas – 3 (2005) – São Paulo: Edições CPS, 2005. p.23

⁵³ *Ibidem*. p.24

Com essa qualificação das sensações promovidas pelo chocolate, estabelece-se um sincretismo entre as diversas captações sensoriais dos sujeitos e, analisa-se que a presença sensível do chocolate, fino em características de produção, oferece mais que os sabores fáceis do doce e do grasso. Ele traz consigo sensações de sabor, pensamentos, notas de ingredientes ou lugares, abstrações, cheiros, formas, volumes, texturas, amplitudes e reduções, (in)definições que querem dizer algo, que se modificam diante dos gostos, das apreensões apreciativas dos sujeitos, para significar.

2.5. O sincretismo das ordens sensoriais

Se o sincretismo se dá pelo procedimento de articulação das linguagens, na relação delas em prol da construção de um todo de sentido, quando alçamos as ordens sensoriais no investimento de um objeto gustativo, trabalhamos com o *sentido sentido*, ou seja, o significado daquilo que captamos com nosso aparato sensorial, relativizando aquilo que é bom e o que é ruim estésica e esteticamente.

Como objeto de uma prática de consumo, normatizada por crenças míticas, desde antes de Montezuma, e dos tempos modernos aos atuais, o chocolate entrelaça os sentidos de seu consumidor, num configurar da utilização de suas capacidades sensíveis, em um encadeamento hierárquico de sensações que se soçobram e se complementam.

Ao se observar os escritos de Chloé Doutre-Roussel⁵⁴, que guia os passos de degustadores inexperientes nos caminhos do melhor chocolate, levando qualquer um a descobrir o seu próprio gosto, por meio, principalmente, da capacidade de percepção, vê-se uma possibilidade para o desenrolar do comportamento na formulação do gosto pelo objeto sávido chocolate, observando possíveis engates entre as linguagens utilizadas pela formação gustativa, particularizada por conteúdos culturais ou inatos, sociais ou individuais, fazendo uso de preceitos da semiótica plástica e sensível para alcançar as idéias desse sincretismo de sensações.

⁵⁴ Chloé Doutre-Roussel é conhecida também como “The Chocolate Angel”. Trabalhou três anos como compradora de chocolate da Fortnum & Mason, e hoje é uma das maiores se não a maior autoridade mundial no conhecimento dos chocolates finos. Atualmente é consultora *freelancer* das principais chocolatarias finas do mundo.

Para verificar quais sensações compõem o gosto, deve-se analisar como as imbricações dos sentidos se dão na inteligibilidade. Hervè This, em um experimento organizado por estudantes da Faculdade de Enologia de Bourdeaux, observou que, um vinho branco, tingido com pigmentos extraídos de vinhos tintos, engana os paladares de bocas treinadas, pela visualidade. E além dela, pelos outros sentidos postos à prova, pois, estudantes vendados, provaram do vinho tingido e o descreveram utilizando qualificativos dos vinhos tintos.⁵⁵

Com isso, é possível crer que nem só de sabor vive a gustação, ela também seria sustentada pelos outros estímulos sensoriais assim como todos os outros sentidos reagem promovendo, ao seu modo, uma incursão à ordem sensorial dada por outro sentido. Essa incursão permitiria um entendimento estésico amplificado de cada um dos sentidos, possibilitando entendê-los além de suas funções óbvias e práticas, numa prova de que a escuta do sensível e a apreensão do sentido, de que Landowski falou, são realmente inseparáveis.

No artigo publicado pela Scientific American Brasil, intitulado *Os segredos do sabor*, David V. Smith e Robert F. Margolkee⁵⁶ informam sobre a capacidade de apreensão apreciativa dos estímulos gustativos dada no cérebro:

Existe um grande debate a respeito de se neurônios individuais estão “sintonizados” para responder somente a um único estímulo, como salgado ou doce – e portanto para sinalizar somente uma característica do gosto (gustação, *sapieidade*⁵⁷) – ou se a atividade em um determinado neurônio contribui para a representação neural de mais de um sabor. Estudos realizados mostram que tanto neurônios gustativos periféricos como centrais respondem a mais de um tipo de estímulo. Embora cada neurônio responda mais fortemente a um sabor, ele normalmente também gera resposta para um ou mais estímulos com características gustativas distintas.⁵⁸

Sendo assim, o experimento observado por This se explicaria, posto que um estímulo sensorial, um sentido, uma significação estésica é evocada pela outra em nível cerebral, na inteligibilidade, onde toda a mágica do ser e do sentir acontece, fazendo sentido,

⁵⁵ THIS, Hervè. *A nova fisiologia do gosto*. In: “A ciência na cozinha” – Scientific American Brasil. São Paulo: Duetto, volume 2. p.13

⁵⁶ Smith é professor do Depto. de Anatomia e Neurobiologia da Faculdade de Medicina da Universidade de Maryland. Margolskee é pesquisador associado do Instituto Médico Howard Hughes e professor de fisiologia e biofísica e de farmacologia da Faculdade de Medicina Monte Sinai.

⁵⁷ Grifo nosso.

⁵⁸ Ibidem. São Paulo: Duetto, 2007. v2. p.26

definindo quem somos e os gostos que nos definem, em imbricações sensoriais conectivas e cognitivas.

O olhar que intenciona o tato e os demais sentidos

Em posse de um tablete, a forma mais comum do chocolate nas experiências de qualquer degustador, são os olhos os primeiros a alcançar os valores pressupostos do objeto. São eles os primeiros a dizer algo sobre o tátil, na avaliação visual da textura do chocolate. E são eles também, que por conta dessa sensação tátil, trarão uma expectativa sobre o audível na observação do tablete, que passará pelo crivo do ver, do tocar, do cheirar, do ouvir e do degustar.

Segundo This, “estudos atuais da neurofisiologia revelam: as informações visuais atingem as primeiras regiões do cérebro que tratam o gosto, de modo que a “imagem cerebral” é influenciada por essas informações. A sensação tátil, o tato, também determina o gosto, mas nossa cultura com o uso de talheres, nos fizeram esquecer esse fenômeno.”⁵⁹

Assim, se os olhos buscam na superfície do produto a sensação tátil de maciez e lisura, garantida pelo brilho de uma têmpera correta da manteiga de cacau, também podem estimular a audição desse tato a partir do juízo feito a partir da visualidade que a textura propicia aos olhos. Por essa cognição dada pela visão, pela idéia que se faz a partir daquilo que o tablete aparenta ser, como objeto gustativo, como presença multisensorialmente sentida, a mente torna-se atenta a uma expectativa que vai além da experiência visual, que poderá ser comprovada ou não nos movimentos *degustativos* que virão a seguir.

No caso do chocolate, o cromático deverá apresentar-se, diante dos olhos, principalmente, uniforme e intenso, pois é formulado por inúmeras variáveis (tipo de amêndoas de cacau, tempo de torra, inclusão ou não de leite) que influenciarão diretamente nas nuances da coloração final do produto.

A forma fracionada do tablete, pré-recortado em pequenos quadrados ou retângulos, poderia ser indicativa de um *matérico*, de uma aparência tátil, capaz de combinar antagonismos entre o seco e o úmido, o duro e o macio, o compacto e o aerado, a ser

⁵⁹ THIS, Hervé. *A nova fisiologia do gosto*. In: “A ciência na cozinha” – Scientific American Brasil. São Paulo: Duetto, volume 2.

confirmado somente por outros sentidos. Além dessa justaposição de oposições visuais, a forma de um tablete parece sugerir uma degustação em pequenas porções, que renovarão a boca para a reapresentação de todas as intenções gustativas.

O toque que constata e questiona a audição

É com o tátil das mãos que o consumidor constatará algumas das qualidades do chocolate escolhido. Com esse movimento, a primeira experiência estética do tátil oferece mais um contato observatório dos suaves, dos duros, dos pegajosos, dos esfarelados, dos granulados, dos aveludados, dos quebradiços, dos crocantes etc..

Essa cognição é auxiliada pelo reconhecimento sonoro dessas qualidades táteis, posto que o segundo movimento do degustador é, com as mãos, quebrar uma pequena parte do chocolate antes de levá-lo à boca. Essa quebra ensina a degustação, deve ocorrer próxima ao ouvido, ensinando a degustação, despertando, talvez, uma *audição tátil*.

Essa experiência com a consistência do chocolate, que será provada pelo tátil da boca, unindo-se às qualificações do paladar, que darão vazão a outras captações sensoriais, seria por certo, uma possibilidade literal de o sensível tornar-se audível à inteligibilidade.

A audição que sente intenciona e aguça o paladar

O trabalho auditivo no chocolate começa, então, do lado de fora da boca, em concomitância com o tato. A quebra do chocolate próximo ao ouvido traria mais familiaridade às qualidades mecânicas do produto. Quebrar facilmente, com um som seco, estalado, e sem fragmentação, indica que o balanceamento dos sólidos de cacau e matéria gordurosa está correto. Um dito primeiro da visão, constatado pelo tato e consolidado pela audição.

Essa escuta traz visibilidade e nitidez ao sensível, demonstrando que a capacidade auditiva de um sujeito pode influenciar na apreensão gustativa de um alimento. De maneira similar ao olfato, a audição ajuda a dizer ao paladar que tal aquele alimento se parece

e, esse auxílio, posteriormente, se dará na audição imbricada diretamente ao paladar, e por decorrência ao olfato, permitindo as complexidades construtivas de uma *memória gustativa*.

O olfato que transporta e saboreia

Talvez para todos os outros pratos o olfato seja o segundo passo da degustação, mas para o rito de provação do chocolate ele vem em quarto lugar, imbricado, mais notavelmente, com as sensações do paladar.

Boa parte do sabor sentido é composta pelo olfato. O degustador deve estar preparado para perceber os cheiros antes de levar o fragmento à boca. Esses, serão somente insinuações dos chamados *aromas*, que, no caso do chocolate, fazendo uso da definição de Hervè This, seriam as moléculas aromáticas desprendidas no derretimento do fragmento no interior da cavidade bucal, pois quanto mais delgada for se tornando a textura do chocolate na degustação palatina, melhor seus detalhes odoríferos serão notados, notas imperceptíveis em sólidos e líquidos. This incrementaria esse estudo, com a seguinte observação:

Ao aproximarmos o alimento da boca, sentimos seu cheiro. O cheiro resulta da evaporação de moléculas inicialmente presentes no alimento. Quanto mais essas moléculas “aromáticas” são voláteis, mais células receptoras do nariz elas estimulam. Notemos que chamamos às vezes de aromas essas moléculas que são percebidas pelo nariz, atentando para o fato de que algumas dessas moléculas poderiam também estimular outros sentidos, além do olfato. O aroma será então a sensação provocada por uma molécula que têm propriedades aromáticas.⁶⁰

Com essas palavras, This permitiria, ainda, pensar que as imbricações sensoriais são realmente possíveis, mesmo em antecedência à provação dos sentidos que as fazem, cada uma das sensações corpóreas, existir. Pode-se, portanto, encontrar o olfativo imbricado facilmente ao paladar, como os *gourmets* de plantão evidenciarão, mas, também, pode-se encontrar, ao menos no chocolate, o olfato imbricado à visão, pois o odor daria nitidez visual ao inteligível das sinestésias emanadas pelo chocolate.

⁶⁰ THIS, Hervè. *A nova fisiologia do gosto*. In: “A ciência na cozinha” – Scientific American Brasil. São Paulo: Duetto, volume 2. p.13-14

Os cheiros criam um banco de memórias que pode ser facilmente acessado, e sinestesticamente utilizado na degustação do chocolate, criando um cruzamento entre as diversas propostas sensíveis do produto. O que significa dizer que, pelo olfato, todos os elos deste encadeamento estésico, talvez, acabem por se cruzar.

Bons chocolates oferecerão mais que aromas doces de açúcar ou de baunilha, eles apresentarão aos sentidos a presença sensível de flores, temperos, matas, frutas, cogumelos, ervas, e outros cheiros que nem se imaginava encontrar num chocolate. Cenas inteiras, situações complexas, sentimentos, devoções, tempos e espaços para onde o degustador será transportado, a cada nota aromática, em trilhas traçadas por seu arcabouço cultural social ou individual.

O paladar que vê, toca, ouve, cheira, se movimenta e se comunica

O gosto, a capacidade de apreensão apreciativa, que começou a ser criado fora do calor da cavidade bucal, com o uso dos outros sentidos, agora se completa na parte interna da boca, na conquista do sabor. Cheiros antes insinuados, agora são aromas percebidos no derretimento contínuo do chocolate com os ácidos salivares e o massagear das papilas, na esfrega delicada do fragmento, que deve ser posto pequeno sobre a língua, e mastigado de forma mínima e breve, apenas para facilitar essa percepção.

É com o derretimento e o contornar de todos os cantos da boca que os sabores e aromas se afloram e a experiência estésica do sujeito-degustador chega ao seu ponto máximo, para fazê-lo comprometer-se com a descoberta ou a re-descoberta das diversas proposições gustativas, que envolvem as texturas, a mecânica, as visualizações, os sons e os aromas, dando ao sabor a importância máxima da apreensão.

Os modos de degustar também podem modificar as conclusões ao fim de cada jornada gustativa, pois, por exemplo, uma textura crocante, em um chocolate preparado sem a adição de castanhas ou *nuggets*, seria mais bem notada se o degustador não for muito intenso no derretimento do fragmento e, menos evidente, se a intenção de derretê-lo for maior.

Nas interações com o chocolate, um objeto sincrético, posto que estabelece novas relações intersistêmicas e intersensoriais, como define Ana Claudia de Oliveira, obtêm-se apreensões diversificadas, dependendo do modo como o degustador entende a sua captação

sensorial, esteja ele na posição de (re)criador, como o mestre-chocolateiro, ou de mero observador sensível, o corriqueiro sujeito-degustador, do chocolate.

Essas apreensões diversificadas dos modos de sentir, aparentemente, resultam no modelo de correlações entre os procedimentos sincréticos e estésicos, desenvolvidos por Oliveira em *A plástica sensível da expressão sincrética e enunciação global*⁶¹ (2009), onde a semioticista analisa as articulações intersistêmicas do plano da expressão sincrética, indicando como se processam as passagens intersistêmicas homologadas pelas passagens de um sentido a outro.

Se as articulações intersistêmicas são os imbricamentos dos modos de sentir que ocasionam o significar, talvez tenhamos todas as possibilidades sincréticas disponíveis à captação sensorial no contágio estésico da significação de um corpo sávido, que para ser compreendido como tal, tem que passar pelo crivo de “leitura” de todos os sentidos em movimento e comunicação intercambiada, ou seja, pela leitura dos modos de ser e de sentir de um sujeito.

Desse modo, de acordo com os caminhos dados por Ana Claudia de Oliveira, concluí-se que:

[...] os sentidos podem agir na sua pluralidade de interações, tanto por justaposição, paralelismo, como por uma atuação em sinergia, em sinestesia, quanto ainda por um encadear dos sentidos em coalescências, conforme as sensações vão se processando e as ordens sensoriais são convocadas a intervir contiguamente na produção sensível. Ainda os sentidos em justaposição ou paralelismo podem ser incitados a agir pelos contrastes que estabelecem, cada sentido sendo chamado a agir por um uso que faz com que seu processamento se dê em paralelismo à atuação de outro sentido. A atuação das ordens sensoriais processa-se em associação de uma com as outras, montando associativamente a apreensão.⁶²

⁶¹ OLIVEIRA, A. C. de. *A plástica sensível da expressão sincrética e enunciação global*. In: “Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética.” Orgs. A.C. de Oliveira, Lucia Teixeira. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009. – (Coleção sociossemiótica). p. 79-140

⁶² *Ibidem*. p.101

No ajuste das experiências compreendidas como um modo de contato com o outro, que é sentido como presença, reconhece-se, portanto, os seguintes tipos de sincretismos, segundo Oliveira:

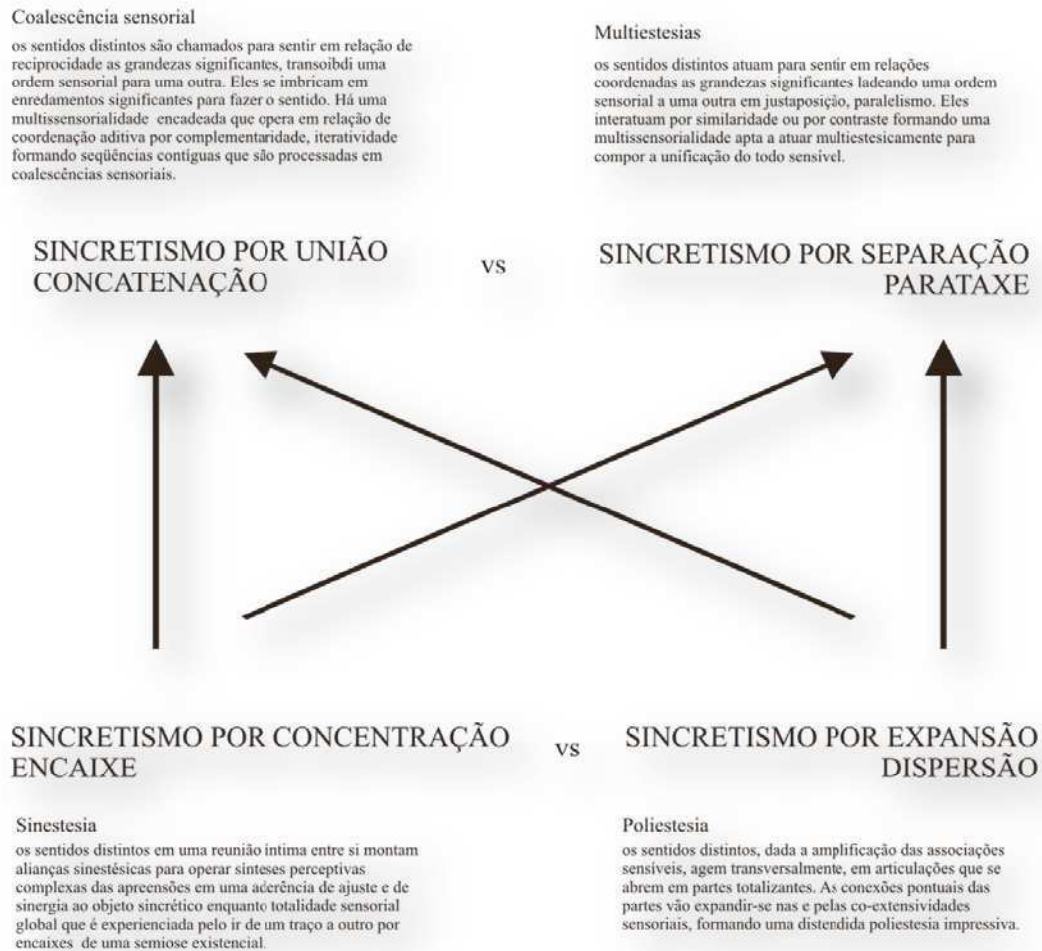


Figura 3- O estudo do sincretismo proposto por A. C. de Oliveira, em *A plástica sensível da expressão sincrética e enunciação global*. Op.cit. p. 102

Considerando que o chocolate se vale do entendimento de vários sensores estésicos para se manifestar como sujeito actante na interação transformativa com seu degustador, pode-se compreender que, na articulação tanto dos modos de apreensão cognitiva quanto das ordens sensoriais, existe uma imbricação sincrética, que pluraliza a capacidade apreciativa dos sujeitos da gustação por uma sinuosidade sensível que se encadeia nos vários modos de apreender tais sensações, atualizados em simultaneidade ou não, como previsto por Oliveira, num sistema biplanar, portanto, composto pelo plano da expressão e pelo plano do conteúdo, para ser uma totalidade significativa.

Seja por concatenação, parataxe, encaixe ou dispersão, processamento que será vivido por cada sujeito a seu modo de degustar, todos os sentidos se congregam para fazer sentido no degustar do chocolate. Com isso, tem-se o gosto formulado e apreendido pelo produto como actante, na capacidade dos sujeitos de conferirem e perceberem sensações e emoções a partir dele, numa reunião sensorial sincrética, onde um sentido atende à expectativa provocada por outro sentido, denotando uma capacidade avivada de engendramento de todas essas apreensões estésicas em um todo de sentido, dado no inteligível. Tudo isso, num jogo onde o sujeito degustador é e sente porque faz ser e sentir, e faz ser e sentir porque é e sente, numa conferência fiduciária e crédula nas potencialidades do chocolate.

Os efeitos encantatórios do chocolate passam, portanto, pela fusão das sensações captadas múltiplas vezes de maneiras diferentes por sentidos diferentes. Independentemente da percepção sagaz do *degustador*, que poderá estar desatento, mas nunca indiferente, a essas multiplicidades sensoriais, que estarão sempre presentes, traçando a formação do gosto pela sua formulação.

Na busca do prazer gustativo proporcionado pelo chocolate é possível desenvolver um gosto, aptidão ou pendor para propostas variadas, diferenciadas por sutilezas passíveis de reconhecimento e justificativas de uma formação sensorial única, pautada em um determinado caráter construído cultural e socialmente.

Em uma barra de chocolate, tem-se uma relação de amor (ou ódio) do fazer gustativo, que segue do cultivo à *degustação* do objeto subjetal ou do sujeito objetal. Poderíamos, então, compreendê-lo de acordo com um jogo de oposições entre o concreto e o abstrato, onde as constituições de sua formulação são complementares, instaurando a formação do gosto por um objeto classificável e distinto de outros de uma mesma categoria, seja em formas ou em substâncias.

Uma proposta criativa de sabor, (re)criada em um tablete de chocolate, promoveria uma sensação – emotiva, talvez – ocasionando um valor ou evocação, que no caso de uma sanção positiva, resultaria na formação de um gosto, que induziria o degustador novamente à busca da mesma proposta de sabor. A elevação do seu saber gustativo sobre o alcance concreto de suas abstrações modula esses encontros com sabores, aromas, texturas, cromatismos e sonoridades do sincrético do chocolate.

3. EXPERIÊNCIAS ESTÉTICAS, ETOLÓGICAS E A PRODUÇÃO DE EFEITOS PATÊMICOS

Ao se discutir as coligações entre elementos afetivo-mentais, isto é, sensíveis e inteligíveis, em torno dos efeitos de sentido do chocolate, vê-se uma ou outra das relações patêmicas presentes nas interações sensíveis entre o sujeito-degustador e o objeto-sujeito de sua degustação.

É interessante compreender que em relação à semente do amor⁶³ e o seu derivado mais proeminente, tudo são paixões. A semiotização do que move as relações entre degustador e chocolate, indicam que a volição, enquanto ato de vontade do sujeito, é o que permite às interatividades sensíveis serem apreendidas como enunciações regidas por paixões ou por elas produzidas.

A partir do efeito de sentido dado na enunciação, na passagem da competência à performance, entende-se que pela valoração do chocolate, mudanças de estado dadas pelo contágio, correlacionam experiências estéticas e etológicas a efeitos patêmicos de sentido, que simplificarmente, seriam a transformação dos estados de alma, dos modos de ser e de sentir dos sujeitos pelo ato do consumo.

Se tomarmos o cacau qualificado, produzido com denominação de origem, cultivado em um pedaço de terra particularizado por uma situação climática e pela qualidade do solo, alcançaremos bem toda essa gama de sentimentos, por intencionalidade eufóricos, em relação a uma produção chocolateira.

As incitações sensíveis do chocolate se iniciam em sua origem, quando com devoção as plantas são cultivadas em solos que carregam em si uma bagagem intensiva de transbordamentos de qualidades gerativas de aromas e sabores, que sob determinado clima propiciarão sementes capazes de produzir uma gama de paixões, sentimentos ou sensações.

Nas condições de um percurso gerativo de sentido, iniciado nos regimes de programação e da manipulação, o chocolate só tem uma alternativa: ser o que foi programado para ser. Qualquer diferença daquilo que foi planejado na execução de suas prescrições e, posteriormente, para ser notado em sua degustação, que também deve acontecer de forma prescritiva, programada, o fará ser desconsiderado, rejeitado, sancionado negativamente.

⁶³ Cacau, também conhecido como a semente do amor, por conta do mito sobre as propriedades afrodisíacas do chocolate.

Tendo a construção do gosto sido alcançada com primazia, o chocolate está pronto para ser e para desempenhar suas funções de sujeito transformador de sujeitos causando sensações e significações diversas aos seus degustadores. Ele pode, performaticamente, como já discutido anteriormente, transformar o estado de alma, do degustador, com suas qualidades efetivas e, colocar os sujeitos em contato direto consigo mesmos, num jogo tímico, onde, por sua proprioceptividade, isto é, pelo modo de sentir e perceber o próprio corpo intero e exteroceptivamente, se dispõem a sentimentos eufóricos e disfóricos na degustação.

3.1. O despertar dos sentidos

O universo dos chocolates cerca-se, portanto, da pormenorização das atitudes transformacionais, tanto das regras que fazem das amêndoas, chocolate, numa intencional conquista gustativa, falando exatamente do desenvolvimento de uma receita, quanto na transformação de um indivíduo, na degustação dela. São regras a serem cumpridas, rigidamente, do cultivo à degustação, a fim de que as sensações gustativas estejam todas presentes, permitindo conexões desregradadas, libertas no que o ser social e individual for capaz de perceber e sentir.

Determinar o modo de sentir, ou como a experiência do sentir deve ocorrer, e compreender uma degustação, implica em pré-estabelecer o local social, cultural e proprioceptivo de atuação do alimento. Na apreensão e no cultivo do gosto –, a capacidade de apreensão apreciativa –, com base na experimentação repetida e refletida, é possível definir uma linha de comunicação entre os sentidos e o gosto planejado, ou seja, o entendimento da tendência de ser afetado pelo prazer ou pelo desprazer no contato com um gosto. Ou ainda, uma compreensão dessa relação afetiva com um gosto, dos sentimentos que envolvem esse gostar/desgostar que podem inclusive colocar os gostos de diferentes sujeitos num contato íntimo.

No contato com as emoções gustativas promovidas por um outro, chocolates em barra não são degustados com o uso do garfo e da faca, precisam do contato com as mãos, precisam ter os cinco sentidos encadeados em movimentos e comunicações para que o sujeito-chocolate se realize em suas funções e marcas valorativas, posicionando o sujeito-degustador

em um tempo-espaço, planejado ou não por um sujeito-chocolateiro que, de qualquer maneira o conduzirá até esse outrora-lá, intencional ou não-intencionalmente.

No percurso que visa a geração de sentido pela degustação, encontra-se o modo como se chega aos amores e aos ódios por uma composição chocolateira. Com o despertar dos sentidos evocados pelas regras da degustação de um chocolate, tem-se o chocolateiro e o degustador postos em contato, encadeados pelo gosto de um e de outro pelo mesmo objeto-sujeito, mesmo que interpretado de outra maneira.

A Lindt disponibiliza em seu site, de maneiras sempre reorganizadas⁶⁴, o método profissional, por assim dizer, da degustação de chocolates. Imbuída de manter-se no patamar dos bons *chocolatiers*, inclusive por suas atitudes educacionais, a empresa ensina como colocar os sentidos em contato com a barra. Para isso, seleciona a figura de um mestre-chocolateiro, a fim de transmitir esse saber, fazendo a manutenção desse ato professoral de doação de conhecimento a um degustador, para ele poder-ser ou transformar-se em um apreciador capaz, parte de um grupo seletivo, onde poucos participam sempre visando a individuação, porque afinal de contas, ninguém poderá dizer se uma composição gustativa é boa para si além de si mesmo.

Toma-se esse exemplo porque nesse caso já vemos o chocolateiro como degustador da receita. Falando com todo o conhecimento de quem sabe-fazer-ser um bom chocolate, a figura do chocolateiro mostra que sabe-fazer-sentir um bom chocolate, baseando esse conhecimento na tradição da própria Lindt, pois ele fala pela marca, diretamente da cozinha, o ambiente onde o chocolate se transforma a partir das mãos de figuras como ele próprio, numa relação que transita do racional ao passional, do agir ao sofrer, colocando o espectador interessado no aprendizado de uma condição fiduciária, modalizando-se.

⁶⁴ As imagens utilizadas neste trecho foram retiradas do site www.lindt.com em agosto de 2008. O site mantém atualmente a informação em vídeo.

O desejo

Como se viu anteriormente, o ato inicial da degustação seria o ver, que coloca o sujeito-degustador no primeiro contato dessa experimentação. Essa observação evoca o desejo e, nesse caso, um desejo por algo que corresponda, sim, ao esperado. Mesmo que a intensidade da cor não seja algo que deva impressionar, posto que esta varia de acordo com a proposta da receita, a superfície de aparência macia e brilhosa são bons indicativos visuais de que a barra passou por uma boa têmpera. A visão traz um sentimento intenso, durativo, conduzindo   positividade ou   negatividade que se concretizar  ao final da degusta o. A



Figura 4 - A visão: evoca o do desejo

visão evocativa do desejo, coloca o degustador em contato sincrético com outras sensa es.   uma admira o que busca as qualidades da constru o de sabor visualmente notáveis na barra.   o olhar que avança e que deseja comprovar os critérios bem executados das programaaes empregadas na receita, pela sensa o transmitida pelo parecer.



Figura 5 – O tato: provoca o da desconfiança

A desconfiança

O tato, “um ato sábio do sensível”⁶⁵ seria o provocador da desconfiança, um olhar observador e comprovador das mãos.

Com ele o degustador vai dar continuidade aos seus juízos de valor, com base nas texturas e na consistência da barra,

⁶⁵ OLIVEIRA, Ana Claudia de. COMUNICA O E PRODU O SEMIÓTICA DO SENTIDO. www.compos.org.br. p.13

fazendo uso de sua memória sensível para reconhecimentos mais precisos, inclusive em provações futuras, recobrando provações anteriores.

A barra deve estar macia, deslizante e firme como os olhos viram. A sensação comprobatória de alguns qualificantes é a desconfiança do que será encontrado pela língua e complementado pelo paladar.



Figura 6 - O olfato: confusão de intencionalidades

A confusão

O olfato internaliza a profusão de intencionalidades; intencionalidades que, segundo a semiótica, são a orientação dos sentidos, a definição de suas direções. Ou, como define a fenomenologia, são os índices da consciência que fazem tender a um objeto, apreendendo seus traços para lhe dar

sentido. As intencionalidades no chocolate colocariam seu degustador em contato com suas memórias, arqueadas por seus processos de aprendizado no mundo natural. Por meio dos aromas e suas proposições florais, acastanhadas, frutadas etc., esse sujeito-degustador seria transportado para temporalidades e espacialidades, misturando, confundindo seu arcabouço sinestésico de percepções captadas e memorizadas pelo olfato, posicionado-se entre aromas reconhecíveis ou não, em um tempo-espaco nem sempre identificável, mas que verbalizado pelo sentir poderia ser a simulação de qualificações citadas como: prazer vs. desprazer, bem-estar vs. mal-estar, conforto vs. desconforto, controle vs. descontrole, e por aí afora numa série de situações físicas e mentais do modo de localizar-se, dos modos de ser e de estar no mundo.

A confiança

A audição internaliza a confiança. Estabelece-se na relação fiduciária entre o corpo e o som que o chocolate faz o degustador crer em seus potenciais, apresentados sentido a sentido, na aparência, no toque, nos olores que fazem o sujeito alcançar o ser e o

estar, a posição, a situação, direcionando-o para suas propostas aromáticas. A concretude da confiança de que se trata de um chocolate produzido com todas as qualidades processuais requeridas, vem do estalado seco da quebra de um pedaço ou de um fragmento junto ao ouvido, no último estágio da exteroceptividade.



Figura 7 – A audição: concretiza a certeza

A certeza

Interoceptivamente, a degustação define a ilusão da certeza. Nesse estágio, o degustador coloca todos os seus sentidos em imbricação, articulando as passagens entre sua inteligibilidade e sua sensibilidade para concluir, para sancionar o que veio provando com seus órgãos sensoriais exteriormente. É aqui que ele se diz certo ou errado sobre suas expectativas, se reunindo ou não com o gosto esperado no início da jornada e talvez, ainda, fusionando-se com os outros sujeitos em um único estado de alma. O paladar coloca todos os sentidos em funcionamento, aguçando-os de dentro para fora, complementando os ensejos sinestésicos, articulando-os mais profundamente.



Figura 8 – A degustação: ilusão de certeza

O degustador encontra-se, então, pronto para sancionar a performance do chocolateiro e a capacidade de *fazer ser* e *fazer sentir* do chocolate, numa ilusão de estabilidade que terá duração até a próxima prova, onde ele reafirmará ou desfará as suas certezas de agora.

3.2. As sensações por trás da familiaridade com o chocolate

No fazer ser e no fazer sentir do chocolate, observa-se um cultivo de sensações que estão expressas com toda a desenvoltura na arte, muitas vezes como detalhes de uma história, outras tantas como o motivo principal dela.

Para observar essas propostas sensoriais, inteligíveis e sensíveis do chocolate em suas aparições culturais, nos serviremos do filme *Chocolat*⁶⁶ (2000) - de Lasse Hallström. Todo o discurso gira em torno do saber-poder-fazer estésico e estético de Vianne Rocher em sua ousada chocolataria, instalada em um local de retração, comedimento, preconceito, vergonhas e pudores, sob o aprisionamento do que é tradicional, fechado e concêntrico, modos de ser e de estar da pequena aldeia chamada Lansquenet.

Em linhas gerais, Vianne Rocher, acompanhada de sua filha Anouk, tem a história de sua vida marcada pelo imprevisível soprar do vento do norte. Este destinador determina para onde ela deve ir com seu chocolate e suas mezinhas provenientes do cacau. Dessa forma, Vianne vive de maneira nômade, como foi com sua mãe e como está predestinada a ser sua filha, a cada sopro de descontinuidade, até que, por programação, Vianne parte em busca de onde instalar-se e, desta vez, calha em uma pequena aldeia, dispondo-se às interações arriscadas de um local desconhecido. Em Lansquenet, por acidente, ela encontra a amizade e o amor, que *evocam* em si o *desejo* de ficar, de permanecer.

A instalação da chocolataria, ou seja, a chegada de Vianne e, por que não dizer, do próprio chocolate à aldeia, promove a perturbação dos actantes posicionados em um tempo-espaço onde todos se conhecem e sabem o que esperar e o que impor aos comportamentos próprios e alheios. Todos crêem, por bem ou por mal, na certeza da “tranquilidade”, na estabilidade instaurada e consentida, cômoda ou incomodamente, por cada membro da comunidade, ocupantes seguros de um lugar hierárquico, até a chegada dessa proposta de *movimento*, de mobilização.

A abertura da loja acontece em tempo de quaresma, no ano de 1959, iniciada pelo distúrbio da tal ventania, que sopra frio, num dia invernos, forçando a abertura das portas; primeiro, da igreja (figura 9), onde todos os moradores da aldeia estão reunidos,

⁶⁶ “Chocolat”, filme baseado na obra literária homônima de Joanne Harris.

convidados “à oração, à abstinência, à reflexão e à sincera penitência⁶⁷”, permanecendo assim com o fechamento da porta pelo controlador conde-prefeito local, que em todos os momentos indica ser o anfitrião, o ditador das normas, a pessoa que diz quando serão abertas ou fechadas as portas para o inesperado.



Figura 9 - Comte de Reynaud: recusa do convite inicial da transformação

Depois, a segunda porta a ser aberta sob o soprar do vento, é a porta da casa de Armande Voizin. Com a ajuda dos pesados toc-tocs de Vianne (figuras 10 e 11), que exhibe com intensidade a sua volição de estar ali, a casa de Armande é a primeira parada dessa performática personagem.

Ao lado da filha Anouk, Vianne inicia seu percurso de sujeito-transformador junto à senhora idosa, a própria vovozinha adoentada, dona da pâtisserie abandonada, que é surpreendida pelo vento frio enquanto dorme, e por ele é despertada, para o frescor vigoroso do calor vermelho trazido pelas jovens mãe e filha em suas capas com gorros e luvas, que pela forma trazem a ingenuidade da chapeuzinho vermelho, dos contos de fadas, e pela substância da cor, a malícia, do próprio lobo mau, colocando em relação o bem e o mal, uma discussão trazida para todas as ações e reações promovidas pelas personagens em torno do chocolate e pelo chocolate em torno das personagens.

⁶⁷ Como extraído do filme.



Figura 10 - A chegada de Vianne e Anouk à casa de Armande: simbologia pagã no início de uma construção mítica, baseada nos poderes mágicos do chocolate



Figura 11 - A porta aberta com a ajuda do vento e da volição: início das transformações do chocolate na vila de Lansquenet

A morada de Armande parece parada no tempo, assim como a própria vila. Mas, apesar de permanecer no mesmo tempo-espaço do vilarejo, essa paragem traz evidências de ruptura, de desconexão etológica, por exemplo, do arquétipo religioso estabelecido no local, parece decorada com símbolos de um misticismo pagão⁶⁸, ligado às forças naturais.

O primeiro símbolo da relação com o pagão nesta paragem, seria o próprio vento, e a sua intimidade em entrar e despertar Armande, trazendo consigo visitantes, ditando a elas para onde ir e para onde levar seus conhecimentos; a ferradura, pregada na porta com a abertura para cima, seria a segunda marca desse discurso mítico que envolve o chocolate. Na cultura cigana, povo habitualmente errante como Vianne, a ferradura representa a atração das energias positivas e da extrema boa sorte (Figura 10); o gato branco sobre a mesa, junto ao pires branco de leite (e demais objetos da coloração na cena) seriam reiteraões de pacificidade e, talvez, também da boa sorte, no contraponto do gato preto, símbolo da discórdia e do azar. Nas tradições da bruxaria difundida na Europa, o gato em si é o acompanhante da bruxa, e a bruxa é um sujeito ligado ao natural, e à liberdade que o envolve,



Figura 12 - Armande: símbolos do universo mágico do qual o chocolate faz parte

⁶⁸ O paganismo não seria meramente a crença em muitos deuses, ou o não-batismo (no catolicismo ou no sistema judaico-cristão), como aponta o dicionário, mas o culto ao mundo natural, às suas estações do ano e forças da natureza.

pagã, portanto. Pela bruxaria, esse sujeito, a bruxa, é colocado na condição de sujeito-transformador não só da sua própria, mas da realidade do mundo que a cerca. Por conta da ação contratual entre Armande e Vianne, a vila será transformada.

Talvez Armande tenha sido a primeira a despertar os sentidos para o devir por meio dos feitos da nova vizinha. Ela disponibiliza a pâtisserie e a casa anexa em locação para a chocolateira, que após as primeiras vistorias no local abandonado, Vianne começa a modificá-lo, com a limpeza e o desempacotamento de peças impregnadas de detalhes maias, um alhures que denuncia visual e cognitivamente as origens do chocolate, instaladas na nova localidade que o chocolate como sujeito assume vigorar, a partir de então. Entre esses objetos emblemáticos de uma tradição antiga trasladada para esse lugar assumido por um ator em uma dada temporalidade, estão os quatro objetos abaixo apresentados, que atestam a presença originária do chocolate na civilização ocidental. (Figuras 13, 14, 15 e 16)



Figura 13 - Inspiração dos mosaicos mesoamericanos: a bricolagem entre os diferentes modos de ser de um sujeito-transformador



Figura 14 - Bebida cerimonial de cacau decorando o pote de barro: tempos anteriores a Montezuma



Figura 15 - A roda divinatória com inscrições e um homem junto ao cacauero: ajuda Vianne a descobrir misticamente qual o chocolate ideal para cada pessoa



Figura 16 - A urna que guarda as cinzas da mãe de Vianne: a sina que só tem seu percurso de continuidade descontinuado com a quebra da urna, pela filha de Vianne, Anouke, um sujeito de vontade que ao se libertar liberta a mãe de ser comandada pelo vento.

Apesar do caráter passageiro que tem a estadia de Vianne (e sua filha) à pequena aldeia, não existem demonstrações de que se tratam de turistas no contato com estrangeiros. Vianne parece transitar entre os opostos citados por Landowski em *Presenças do Outro*⁶⁹, indo do “viajante curioso⁷⁰”, fazendo uso de estratégias de admissão, tentando em um regime de não-ausência, aproximar-se dos aldeões, observando-os como “o etnógrafo⁷¹” de Landowski faria e, conhecendo suas necessidades e problemas, apontando soluções, participando da vida local. Porém, de todo modo, ela permanece segregada por sua própria condição de “passageiro reponsável⁷²”, isto é, em um regime de não-presença, permanecendo diferente dos demais sem jamais se disfarçar com a “cor local⁷³”.

⁶⁹ LANDOWSKI, E. *Presenças do outro*. Tr. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2002. p.86

⁷⁰ *Ibidem*.

⁷¹ *Ibidem*.

⁷² *Ibidem*.

⁷³ *Ibidem*.

Mesmo que Vianne não buscasse se distinguir do meio onde o vento do norte a fez chegar, a própria natureza da missão que ela assume, por seus modos de presença, faz com que ela seja tão somente admitida pelos outros sujeitos da narrativa, jamais assimilada. O que intensifica a sua capacidade transformadora, sempre confundida com a capacidade transformadora do chocolate.

Com as manifestações de segurança ou auto-controle que irrompem em impulsos defensivos da crença em seu próprio conhecimento de mundo, Vianne é a estrangeira que não aceita ser modificada pelo meio, mas que pretende modificá-lo numa construção estrutural apresentada com sutilezas, nas pequenas atitudes veementes indiciadas por suas roupas coloridas, gestuais alegres e voluptuosos, expressos pelos modos de relacionamento com a nova comunidade e com os estrangeiros, *os Outros*, que ela atrai para a sua chocolataria.

As primeiras cargas de cacau chegam a esse novo reduto na França, pelas mãos de caminhoneiros negros, como cultivadores distantes do cacau, que são efusivamente cumprimentados por Vianne, que age como se os conhecesse de longa data. Da mesma forma, ela acolhe os ciganos que chegam pelas águas do Rio Tannes, desvelando um novo acidente em seu percurso narrativo programado, o encontro com o amor, que desprograma a sua capacidade de ir com o vento a encontrar novos acidentes, ou acasos, de aventurar-se em outras paragens.

Dentro de seu percurso narrativo de imprevisibilidade programada, Vianne se expõe, portanto, ao acaso, invariavelmente. Esta ação prediz que a chocolateira se manterá disjunta de quaisquer certezas, fazendo dela uma mulher vinda de todos os lugares, errando para outros tantos sem ter destino ou retorno a parte alguma.

O percurso narrativo de Vianne pode ter seus deslocamentos enfocados segundo os regimes de sentido postulados por Eric Landowski. Transitando em primeira instância entre a ação dos ventos do norte e a manipulação da vida local por meio do chocolate. Levada a colocar em prática o seu saber/querer/poder-fazer, ela por manipulação tipificada como tentação, sedução ou provocação, utiliza os valores ou os poderes do chocolate na sua performance; e também transforma o seu objeto em um sujeito competente ou atualizado, capaz de modificar outros sujeitos.

O regime de manipulação se evidencia, por exemplo, quando Vianne tenta as personagens, que entram na chocolataria, a encontrar seu chocolate ideal com a roda divinatória, sabendo que com isso algo que se caracteriza como um problema na existência desse sujeito a ser transformado, se re-configurará mais harmonicamente com o que Vianne e seu chocolate concluem ser melhor, mais eufórico, positivo; quando seduz as personagens a adentrarem à loja, oferecendo uma prova de chocolate; ou ainda, por provocação, contraria as tradições e a fé local, expondo o chocolate em uma vitrine chamativa, tanto pela eroticidade quanto pelo incentivo à gula, fazendo com que muitos se corrompam, refazendo seus paradigmas.



Figura 17 - A perturbação do chocolate: o contato que transforma paradigmas

Entre as ações das sequências narrativas de Vianne para a instalação do chocolate como hábito de consumo dos moradores da vila, está, portanto, a manipulação deste destinador com seu saber/querer/poder-fazer chocolate, transformador de sua produção numa espécie de remédio para os males da população local, revertendo euforicamente questões de saúde, sociabilidade e sentimentalidade de acordo com sua percepção dos simulacros experimentados pelos diversos sujeitos em seus percursos narrativos particulares, coloca que por ajustamento promove o encontro sensível entre o chocolate e o sujeitos disfóricos em suas intimidades que, em ato, transformam seus estados de alma.

Na narrativa, o chocolate vai sendo mostrado enquanto objeto de valor por causa de seu poder incontestável de sujeito transformador, que modifica não somente as narrativas individuais, mas todas as narrativas implicadas no contexto da aldeia, que passa de um ser oprimida, preconceituosa e hostil para um ser festiva, aberta às novas propostas e amigável.

Nos simulacros individuais dos sujeitos que circundam Vianne e o seu chocolate, as narrativas apresentam as transformações como a cura da depressão, o despertar do desejo de amantes adormecidos, a conferência de coragem, conforto para o enfermo desenganado e abrandamento do anti-sujeito que, na figura do conde mantenedor da tradição, antagoniza-se com o sujeito de transformação que é Vianne, até ter contato direto com o chocolate e com todos os seus arquétipos que o levam ao baixo, ao mundano, fugindo do classismo imposto pelo anti-sujeito, até então.

Em um acesso de fúria, o conde destrói (figuras 17, 18 e 19) a vitrine da chocolataria devorando-a, para remontar a luxúria, a idolatria, a feitiçaria, a gula e a embriaguez como papéis temáticos para o chocolate, numa tortura do prazer imoral sentido no corpo contra a vontade da mente. Não mais em oposição a ela, mas já como um subcontrário, um ponto de passagem para o devir do acidente.

Junto à construção valorativa da personagem Vianne Rocher, se constrói também os valores do chocolate que repetidamente se poderá observar em outros textos. Pode-se notar a partir de CHOCOLAT que os valores do chocolate Maya, da narrativa, têm a



Figura 18 - Prazer ou tortura: o chocolate tentador

sua significação embasada num contexto sócio-histórico que remonta os primórdios da história do chocolate.



Figura 19 - O chocolate sem juízo: ausência de julgamentos

As necessidades apresentadas pelo contexto social do momento e do local onde a narrativa se posiciona e a situação comunicativa, que expressa emoções, *faz-saber* sobre o chocolate, *faz-criar* nas capacidades mágicas do chocolate, *fazendo-fazer* e *fazendo-sentir* com o chocolate e por causa dele.

Os sujeitos em contato com o produto transformam suas volições e passam a querer viver e reviver por essa capacidade de fazer contagiante que o chocolate ocasiona. Na construção do filme, pode-se dizer que tematicamente o chocolate é transgressor, perturbador, transformador, malicioso, operando sempre com ingenuidade e astúcia, mantendo-se em movimento, com o vigor, o calor e o frescor de uma eterna jovialidade.

Dessa temática, resulta a sua figuratividade, por onde se observa o chocolate como um sujeito divino, mágico, sagrado, efusivo, impetuoso, sensual, alegre, voluptuoso, curativo ou salutar. Segundo análise de Ana Claudia de Oliveira, “é esse tipo de concretização figurativa do papel temático que competencializa o chocolate e a sua performance no nível da sintaxe narrativa, produtora de uma semântica narrativa, tanto em termos da teoria das

modalidades de Greimas em *Du Sens*, quanto das modulações de Landowski⁷⁴, em *Passion sans nom*. Pois, nas modalidades de Greimas, temos os valores virtualizantes, o *querer* e o *dever*, potencializando a ação do sujeito, o *saber* e o *poder*, atualizando o sujeito actancial, permitindo que ele leve à diante a sua performance, e os valores realizantes, tendo o *fazer* e o *ser*, tanto na transformação de estados de alma dos sujeitos quanto na transferência de objetos-valor entre eles. E nas modulações de Landowski, quando o objeto deixa de ser um mero objeto tesoriável para ganhar sentido diante de um sujeito pela sua dimensão plástica e figurativa, modulado, portanto, pelos modos de apreensão e de presença do sujeito do e no mundo natural.

O chocolate envolve-se em questões humanas para definir qual será a conduta a partir dele. Reune, assim, qualidades de deus e de demônio, do alto e do baixo, ele é alma e corpo, uma dualidade que faz sua existência ser, acima de tudo, passional.

No início da narrativa de *Chocolat* o chocolate é posto como o inimigo, um inimigo carismático, desejado reconditamente por todos. Conjunto ao chocolate favorito, o sujeito transforma seu estado d'alma em tudo que o chocolate é ou possui como característica de ser. Como no canibalismo, então, quando o canibal devora o inimigo para aproximar-se dele, numa predação incorporante para trazer as qualidades desse indivíduo a si, também no consumo do chocolate se busca essa aproximação conciliatória dos avessos. Mas, como um conhecido que se aprende a gostar do seu gosto, o fazendo-o ser sorvido a conta gotas como uma “escapatória”⁷⁵ em que o sujeito o ingere para regular-se em termos de saúde do corpo e da alma (humor e estado de espírito), aprendendo como e quando usar o chocolate para manter-se no estado desejado.

Ao final dessa narrativa, o chocolate vence as suas inimizadas, transformando todo mal em bem, por suas possibilidades de fruição. Ele faz todos os *Outros* serem mais parecidos consigo (ou com Vianne) que, até então, estava de fora, mas que, no hábito da sensibilização por meio de sua degustação, passa a integrar, sem modificar-se, mas reformulando a ética e a estética do vilarejo. Nessa reformulação, como escreve Ana Claudia de Oliveira, “as qualidades sensíveis daquilo que atinge o sujeito têm a força de adentrar a sua

⁷⁴ Prefácio de Ana Claudia de Oliveira ao livro: *Semiótica e Antropologia*, ao livro de Tereza Ramalho.

⁷⁵ GREIMAS, A. J. Tr. Ana Claudia de Oliveira. *Da imperfeição*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

pele, repercutir por sua carne e, de suas vísceras, provocar, em toda extensão de seu corpo, manifestações sensíveis na medida em que esse as sente, sentindo o seu sentido.⁷⁶”

3.3. Arte comestível: devoção devoradora

A estética transformada em estesia nas práticas ordinárias como é o ato de alimentar-se, nos aproxima do mundo, dos seres, das coisas, dos produtos que se põem no interagir do sujeito com os seus sentidos, fazendo-o sentir os sentidos que o incitam a prová-los. Provando o sentido, o sujeito prova a si mesmo, o que é uma promessa de sua degustação social⁷⁷.

Ana Claudia de Oliveira

Em busca das relações tímicas ocorridas no contato dos sujeitos modalizados pelo *saber e o poder fazer ser/ crer e sentir* do chocolateiro, *pelo querer e o saber ser e sentir* do degustador e pelo *poder e o fazer ser e sentir* do chocolate, observa-se também grandes eventos, onde a cultura chocolateira é o mote principal, como se vê no Salão do Chocolate⁷⁸ e na Eurochocolate⁷⁹. Nesses eventos, os sentimentos que envolvem a chocolataria tanto são construídos à distância, numa espécie de adoração ao sagrado, quanto na proximidade da profanação mais mundana, o ato da devoração.

Por meio de imagens coletadas na Internet, o que se observa é a reconstrução dos sentimentos provocados pelo chocolate a cada novo todo de sentido. Uma aura trabalhada comercialmente em seu entorno, numa ação publicitária promovida pelos destinadores econômicos do chocolate, uma destinação proveniente do cacau *commodity*, na sociedade capitalista de consumo em que se vê uma transformação dos efeitos do chocolate mercantilizados por suas capacidades tácitas de prazer intraceptivo.

Como se fosse possível a todos sentirem da mesma forma, alcançando as mesmas sensações ou paixões, as ações de marketing seguem tentando equalizar os sujeitos

⁷⁶ OLIVEIRA, A. C. *Sabor de sabor pão de açúcar, à luz da semiótica*. XII COMPÓS: Recife/PE, 2003. <www.compos.org.br> acessado em 22 de maio 2009

⁷⁷ *Idem*.

⁷⁸ Salon Du Chocolat: um evento itinerante entre as cidades de Paris, Nova York, Moscou, Tóquio, Beijim de outubro a dezembro, também anualmente, onde designers e confeitores trabalham juntos na confecção de trajes, entre outros entretenimentos. - www.salonduchocolat.fr

⁷⁹ Eurochocolate: festival que ocorre em Perugia – cidade da região da Umbria na Itália – todo ano em outubro. - www.eurochocolate.com

desiguais, por natureza, reconstruindo visualmente o que as palavras tentam expressar, sem grande êxito.

Com tematizações bastante explícitas, vê-se, por exemplo, nos vestidos apresentados no *Salon Du Chocolat* a remontagem desses efeitos de sentido passionais, recriados por estilistas e confeitheiros. O chocolate mantém seus efeitos sacros, causando admiração, respeito e obediência, mas também provoca desejo. Um desejo, talvez, não de ser a modelo que veste a bela criação, como acontece nos desfiles de moda, que vendem um ideal de *ser*, mas um desejo de *sentir* o chocolate no contato, no convívio, ou no domínio.

Nesses eventos, as produções devem ser admiradas e cultuadas como obras de arte, distantes, únicas e belas. E devem promover uma ruptura canibalesca nesse processamento da arte, quando o cultuador, por meio do chocolate, torna-se artista, complementando a obra, no ato da degustação, fechando um ciclo que inicia com sentimentos do querer, virtualizantes, ou do saber e do poder, atualizantes, findando com sentimentos de fazer ser (e sentir), realizantes⁸⁰.



⁸⁰ Ver: Modalidade – Dic. Semiótica, p. 314 - 316

Figura 20 - Sensualidade e ...

O erotismo, esse estado de paixão amorosa, sempre esteve presente no chocolate. Trabalhado detalhadamente ou como um detalhe dentro de um sistema de cores e formas que influencia essa leitura, o chocolate beira um estado de excitação sexual, reforçando o mito de ser um alimento afrodisíaco. No primeiro visual (figura 20) o chocolate aparece apoiado na sensualidade da bailarina de flamenco, de origem sul - espanhola, mais precisamente andaluz, esse gênero de música e dança, proveniente da mescla cultural de mouros, judeus e ciganos, foca toda a sua razão de ser na passionalidade de sentimentos extremados, que colocam o sujeito no limite de suas paixões, que vão da volúpia ao desespero.

O segundo modelo (ainda na figura 20), traz o chocolate como detalhe no cromático motivacional da paixão carnal, o vermelho. O véu de tule na saia e a flor nos cabelos podem ser compreendidos como elementos complementares ao estado de alma do apaixonado.

Na imagem subsequente (figura 21), observa-se duas modelos onde tem-se



Figura 21 - ... volúpia com ingenuidade: o erotismo sempre presente no chocolate

mais que o tema, a figura feminina evidenciada. As modelos insinuam com bastante delicadeza suas formas com o auxílio do chocolate. Os corpos marcados transformam a aparência de identificação do gênero feminino em uma mostra de sensualismo, que apesar da naturalidade e da descontração, denotam o sexualmente atraente, o sexualmente sugestivo, estimulante ou erotizado.

Da mesma maneira que se crê nas propriedades afrodisíacas do chocolate, se crê por consequência nos seus poderes místicos, que então por mágica, seduzem o indivíduo, colocando-o em situação mais eufórica, como a poção (o chocolate de Montezuma ou a bebida ritualística maia) que permite a um homem andar por um longo período sem se alimentar ou enfrentar um harém após o seu consumo. Trata-se da condição de poder ultrapassar seus próprios limites, da condição do super-humano ou dos seres míticos.

Nos modelos da figura 22, o chocolate na roupa remonta essa postura mística. Poderosos então seriam seus re-criadores, os chocolateiros, verdadeiros bruxos, com mãos de fadas, dotados de um dom natural (ou extranatural), que seduzem e estonteiam seus degustadores. Nas quatro figuras vê-se essas formas que condicionariam a proveniência dessa magia. Encantados seriam os seduzidos por todas essas possibilidades de conjunção com a felicidade, com a alegria e com a liberdade de transformar a própria realidade.



Figura 22 - O universo mágico: representação das propriedades místicas do chocolate

Nos dois primeiros modelos da figura 22 nota-se a figura da bruxa, uma de capuz e cajado, a outra segurando a varinha de condão. Abaixo (figura 23), dois seres elementais, essenciais, um talvez representando as forças naturais, rememorando a vida pagã das florestas, a última, trazendo uma fada, um ser elemental mitológico.



Figura 23 – Universo mágico: seres elementais do paganismo presente no chocolate

Uma outra sugestão da conjunção ao estado de felicidade ou de alegria seria a comunicação do lúdico. Na figura 24, os estilistas e confeiteiros recriaram as visualidades da ingenuidade e da inocência, colocando em prática a bem-aventurança contagiante e divertida do chocolate. Essa glória gentil e doce do convívio com a brincadeira, expressa aquilo que se faz por gosto, sem necessidades, dores, ou tensões. A expressão das figuras remontam a festividade brincalhona e despreocupada desse gosto que pode ser experienciado por sujeitos de todas as idades.

Corações, balões cor de chocolate, bombons dando volume às saias e vestidos, tecidos bordados com borboletas, pernas de saracura, bailados, bufões, criança sorrindo, adulto fantasiado, brincando de ser criança. Toda essa inspiração de puerilidade é

retomada no desfile de modelos que trazem a realeza. E o chocolate sempre esteve relacionado a ela.



Figura 24 - A alegria lúdica: chocolate motivando a felicidade

O real e o nobre exibem-se em todos os modelos da figura 25, com suas cabeças coroadas e com sua pompa opulenta e um tanto esnobe. O primeiro modelo traz na coroa a forma do rei sol, presença tarimbada nas ensolaradas terras tropicais onde os cacauzeiros são cultivados. O sol também aparece nas cores e nos raios da coroa do quarto modelo, recoberto de bombons. O segundo modelo da figura 25 traz uma representação mais burguesa do chocolate, do qual se tira uma referência do universo das fartas situações sociais, do economicamente confortável, meio do qual o chocolate fino faz parte. Das formas sinuosas



Figura 2.5 - Nobreza: o chocolate digno de respeito disposto à luxúria da devoração

grandiosas, das cores densas, carregadas de marrom profundo, se tira sustentação para essa aparência. Já o terceiro modelo glamoriza esses privilégios, traz uma nobreza sutilizada pelo branco, pelos recortes e camadas nas inúmeras saias leves do vestido.

Nessa possibilidade estética e estésica de fazer ser e fazer sentir, o desfile que propicia a degustação com os olhos nas roupas de chocolate é uma parte do evento que envolve os degustadores em uma série de motivações valorativas promovidas pelas principais marcas da chocolataria fina do mundo, sempre na intenção da função mítica do chocolate produzido como arte.

Na Eurochocolate também se observam essas características artísticas envolvendo o universo chocolateiro, mas, em uma construção de valor que leva o desejo do degustador para as ruas, de



Figura 26 - Escultor numa via de Perugia durante a Eurochocolate 2008

maneira mais prática que mítica, numa relação que envolve as importantes fábricas locais e mundiais, artistas plásticos, hospedarias especializadas na chocolataria e roteiros de consumo para os diversos visitantes da feira.

Com a construção aurática de uma cidade que respira chocolate, o ganho do valor emocional vem na experimentação variada e descontínua levada à continuidade da vivência, do contato que contagia e leva ao habitual.



Figura 27 – Multidão experimentada pelo chocolate: vivência e contato com o chocolate ao alcance das mãos na Eurochocolate 2008

Enquanto a proposta do *Salon Du Chocolat* parece ser um convite para a festa de colocar o sensorial e o sensível na experiência do ser e do sentir os valores impregnados no chocolate, onde o visitante permanece obstinado a se manter conjunto a ele, fazendo qualquer coisa para isso, a cidade de Perugia, com a Eurochocolate, parece ser a própria festa dessa conjunção, levando o ser chocolate à experiência humana, colocando o sujeito do querer-ser e do querer-sentir em contato permanente com o chocolate sujeito de fazer (ser e sentir) e objeto de valor, passando então para a realização dessa volição, mesmo que o chocolate tenha aura de obra de arte, mesmo que ele seja deificação, mesmo que ele seja magia, alegria, amor ou desejo.

Nessas sensações, da *cosa mentale*, o chocolate ganha a oportunidade de sair do seu templo mítico para se tornar parte de um cotidiano menos glamorizado, e por isso, mais possível, mais palpável. Uma repetição do que os italianos ajudaram a fazer ainda no início da história do chocolate: a sua democratização, sem perder a essência do objeto.

3.4. Chocolate na pele

As determinações socioculturais do chocolate colocam o corpo em contato com às euforias ou disforias geradas por ele. Obviamente, os planejamentos de uma chocolataria fina visam as euforias de sua produção, porém, entre o hábito (maneiras de ser adquiridas) e a constituição (maneiras de ser inatas) que formulam o gosto,

existem uma série de pormenores que apaixonam o degustador, tensiva ou relaxadamente.

Para falar sobre as paixões tensivas promovidas pelo chocolate temos que observar o ambiente sociocultural onde ele se desenrola. O chocolate fino não invade os grandes mercados, ele é



Figura 28 - Imagem publicada no *Corriere della Sera*: o banho de chocolate, a experimentação mutua de dois sujeitos na Eurochocolate (2008)

exclusivista, ou seja, ele se faz permitido a poucos, excluindo uma grande variedade de pessoas, gente indisponível proprioceptivamente, por exemplo, aos seus amargos marcantes, às suas intenções aromáticas, aos seus métodos de consumo, à sua qualidade produtiva, definidora de seu preço; a indisponibilidade intero e exteroceptiva ocorrem então num choque inequívoco entre aquilo que sempre se foi e aquilo que se passa a ser com o consumo do chocolate.

O universo chocolateiro tende a deslocar os sujeitos para uma visão de mundo baseada na acuidade das sutilezas e no valor delas, e sendo isso inaceitável para muitos, essa cultura precisa sensibilizar antes de pensar em qualquer euforia. Para tanto, um simulacro é criado, e os sujeitos devem estar disponíveis às suas trocas actanciais e, por conseguinte, ao alcance das sensações que foram convocadas em cada receita.

Não se trata propriamente de sentir o gosto do chocolate e de satisfazer-se com ele, mas de compactuar com o rito de consumi-lo, respeitando suas normas e critérios de programação, compreendendo todo o seu processo de desenvolvimento, numa contribuição da conclusão ética e estética em um contexto sociocultural que interfere sensacionalmente nos sujeitos.

Esse sensacionismo⁸¹ evocado carrega o sujeito para inúmeras disposições de timia relaxada ou tensiva, onde as relaxadas, já comentadas anteriormente, acontecem principalmente no âmbito individual, à interoceptividade, isto é, de maneira abstrata, portanto interiorizada nos modos de sentir do degustador; enquanto as tensivas, principalmente ao social, à exteroceptividade, ou seja, ativadas por estímulos externos, de modo figurativo. Pode-se dizer com isso que em reclusão dispõe-se mais ao prazer que em exposição.

Dessa maneira, vê-se que é no consumo social do chocolate, onde a *mise en scène* da prática da degustação denuncia o conhecimento adquirido, que se é capaz de gerar emoções ou sentimentos como a timidez (relacionada ao não-saber-ser dentro dessa sociedade), a inveja (o saber-não-poder-ser no sentido de pertencimento a essa sociedade) e o ciúme (não-saber-poder-ser ou fazer parte desse grupo de pertencimento).

Mas, além das querelas dessa moralização da degustação chocolateira está a sensibilização, que é mais permissiva, tornando, em ato, mais forte a volição dos sujeitos de se fazerem unidos uns aos outros numa perfeita comunhão de bens estésicos e etológicos,

⁸¹ Hábito ou costume de produzir sensações.

onde há mais ganhos em apaixonar-se tensivamente do que nunca correr o risco do contato com o prazer de ser e de sentir um chocolate apaixonante.

Talvez seja por isso que os produtos para o corpo, rosto e cabelos, com cheiro e propriedades do chocolate tornem-se tão famosos entre as mulheres. Ser apaixonante é o que interessa no universo primitivo feminino, tornar-se apaixonante pelas inúmeras qualidades do chocolate na própria pele seria então a ancoragem da alma de sujeito que tem no corpo um simulacro do chocolate, produzindo efeitos de sentido dessa referência de paixão que o chocolate é.

4. PRAZER OU TORTURA: DISCURSOS DO CHOCOLATE NA CONQUISTA DO GOSTO

Se alguém ouve ou lê um texto com função utilitária, não se importa com o plano da expressão. Ao contrário, atravessa-o e vai diretamente ao conteúdo, para entender na informação. No texto com função estética, a expressão ganha relevância, pois o escritor procura não apenas dizer o mundo, mas o modo como se diz. Como o poeta recria o conteúdo na expressão, a articulação entre os dois planos contribui para a significação global do texto. A compreensão de um texto com função estética exige que se entenda não somente o conteúdo, mas também o significado dos elementos da expressão.⁸²

J.L. Fiorin

4.1. A busca pelo próprio prazer

Como analisa Algirdas Julien Greimas sobre o valor de uma sopa ao pesto⁸³, o valor de um objeto não está na satisfação de uma necessidade. Tanto no caso do chocolate, quanto da sopa, o valor investido está também na sensação gustativa eufórica do gosto, que respeita todo um código gustativo previamente planejado e almejado. E além dele um valor dentro as relações sociais, que subjetivam o utilitarismo das coisas.

Não obstante, quando o degustador, na posição de um sujeito destinador e não ainda destinatário, assume após experiência pessoal que o gosto de uma determinada barra é o gosto que o deleita, ele determina uma produção desta receita de chocolate baseada na expectativa da recorrência da experiência no consumo do produto.

Como num círculo vicioso, o degustador provou e aprovou uma criação do universo chocolateiro e, por desejar nova prova sancionada positivamente, destina a produção de uma barra idêntica que o satisfará novamente como degustador, ou seja, como destinatário de um chocolate, que da mesma maneira será provado e sancionado por outros consumidores.

No percurso narrativo do degustador de chocolate, inicialmente baseado no regime de junção, ele, o degustador, em sua disjunção com seu objeto de valor, é um dos sujeitos destinadores do processo gerativo de um chocolate. Por sua intencionalidade, esse degustador determina que o chocolateiro faça outras barras com as especificações desejadas,

⁸² FIORIN, J. L. *Em busca do sentido: Estudos discursivos*. São Paulo: Contexto, 2008. p.22-23

⁸³ Ver: GREIMAS, A. J. *A sopa ao "pisto"*. Tradução de E. Lopes Modesto.

ou seja, especificações por ele mesmo sancionadas positivamente. Compactuando com o gosto do chocolateiro esse degustador torna-se um degustador ideal.

Nestas provas em que sujeitos e objetos se relacionam no câmbio de valores, é possível notar também uma outra relação entre o chocolate e seu sujeito apreciador volitivo.. Uma relação de união em que ambos estão em ato de degustação. Pois o chocolate torna-se um sujeito actante de todas as qualidades a ele investidas em sua produção. Qualidades transformadoras que fazem dele um sujeito competente e o colocam em uma possibilidade dialógica com o sujeito de vontade, o degustador, onde ambos preservam-se em seus modos de presença ao estarem unidos numa integração sinestésica no contato corpo a corpo.

Esta interação articulada funciona não somente para as barras que serão analisadas a seguir. Mas ela é o modo de expressão do chocolate em seus contatos e interações.

4.2. Sensações em barra - O doce amargo de um chocolate

Na definição do chocolate puro, têm-se as seguintes classificações: *Grand Cru, Brut, Extra-Amer, Amer, Doux-Amer, Demi-Doux, Doux e Couverture*⁸⁴. Todas essas possibilidades de sabor estão voltadas para a questão do amargor mais ou menos doce, em explorações em que o sabor amargo sobrepuje ou seja sobrepujado pelo doce, e vice-versa. Não introduzindo, aqui, a questão dos aromas favorecidos pelas diferentes plantações e plantas de cacau, evidenciados pelas intensidades sápidas.

Nesta relação de predominâncias, os sabores doce e amargo estabelecem uma relação de convivência, numa articulação sem anulações, estabelecendo sintagmaticamente, uma relação de sabor do tipo **e ... e**, graus entre amargo e doce.

Estabelece-se o sabor pelas variações aspectuais, ou seja, neste caso, variações de sensações gustativas apreendidas numa dada temporalização no processo de sentir do sujeito. Esta temporalização poderia alcançar numa degustação o amargo/amargo, o amargo/doce, o doce/amargo e o doce/doce, trazendo à boca uma sensação, que poderia ser

⁸⁴ COADY, Chantal. *Les meulleurs chocolats & chocolatiers*. Traduction : Denis-Armand Canal. Editions Hermé : Paris. 1995.

percebida como um amargor durativo, um amargor cortante ou incoativo, um doce interrompido ou imperfectivizado por um amargor seco ou terminativo. Aparentemente percepções de intensidades gustativas nunca perfectivas ou acabadas.

Com estas variações aspectuais encontram-se todos os sabores reconhecidos no ocidente, e além deles as múltiplas figuratividades trazidas pelos *connoisseurs*, que buscam definir com as sinestias das muitas possibilidades gustativas do chocolate. Desta forma, nas classificações do chocolate puro, reconhece-se a presença de quatro dos cinco sabores existentes: doce, amargo, salgado e azedo. Em correlação aos sabores doce e amargo, nota-se todos os outros sabores oferecendo ao paladar diferentes categorias de significação, que nos remeteriam a relações de efeitos passionais ocasionando prazeres e torturas gustativas que trazem a fruição na degustação dessas formulações. Nos prazeres e nas torturas dadas pelo gustativo, encontram-se as sensações relaxadas e as sensações tensas para cada um dos sabores sentidos.

No chocolate, se a percepção der uma combinatória de doce e amargo, poder-se-ia pensar no doce ocupando uma posição semântica de alegria, pacificidade e puerilidade, de paixões que elevam o degustador a um estado de alma positivo e realizado; enquanto o amargo, o joga para baixo, numa relação de densidade, austeridade e seriedade, beirando a rudeza das paixões malevolentes que evocam a tristeza e a frustração.

Na combinatória dos amargos/doces com toques salgados se organizaria as ordens sensoriais para o aproveitamento dos aromas e outras disposições gustativas que viessem a seguir, além de tornar complexos os sabores de uma receita que combina antagonismos gustativos fundamentais em complementaridade ou, como desenvolvido por Ana Claudia de Oliveira⁸⁵, em coalescência sensorial, quando “há uma multissensorialidade conexa em cadeia que opera em relação de coordenação aditiva por complementaridade”, talvez também por adversidade e interatividade.

Na combinatória perceptiva dos amargos/doces e o azedo, observa-se para o azedo diferenciações verbalizadas pelos *connoisseurs*. Dessa forma, a semântica do doce, sobrepujando o amargo, estabelece uma relação de brandura, suavidade e delicadeza com seu

⁸⁵ OLIVEIRA, A. C. *A plástica sensível da expressão sincrética e enunciação global*. In: “Linguagens na comunicação: Desenvolvimentos de semiótica sincrética”. Estação das Letras e Cores: São Paulo, 2009. p.102

degustador, quase o acariciando gustativamente, enquanto o acre conota-se mordaz, bruto, rigoroso; o azedo dolorido, difícil; e o adstringente, ríspido, rascante, maledicente.

Dessa forma ficaria evidenciado que os doces são mais facilmente assimilados pelos degustadores que as outras proposições gustativas, nos permitindo pensar que para a degustação valorativa desse tipo de chocolate, que traz complexidade à degustação, é necessário o hábito do consumo, a repetição do disponibilizar-se a sentir aspectualidades e variações. Porque o gosto doce sozinho no chocolate não pluralizaria aromas, traz o tédio, como é o caso dos chocolates de massa, monotonamente doces e gordurosos.

No estudo deste objeto, o doce e o amargo deve estar em relação a tantos sabores e aromas quanto for possível, colocando todos os sujeitos do gosto planejado (pelo mestre chocolateiro), cultivado (no chocolate/ pela repetição do degustador) apreendido (pelo degustador) no risco de se mobilizarem mais em direção ao outro, percebendo e desejando suas paixões, seus sentimentos, provocadores de outras paixões, sentimentos em si mesmos.

A partir daí todas as sinestésias suscitadas serão criadas com base nas sensações aromáticas provocadas pela forma de presença do chocolate diante dos olhos, ouvidos e narinas; da forma como ele dissolve no calor da cavidade bucal, como ele se quebra na mastigação delicada e antes dela, nas mãos, junto aos ouvidos. Assim teríamos citações de gostos adentrando na problemática da categorização cultural, como dito por Floch⁸⁶, num terreno fertilizado pelas apreensões, cultivos e comunicações de cada sujeito degustador, podendo-se falar sobre características aromático-sápidas do tostado, do frutado, do floral, do vegetal, do temperado, do acastanhado, e de características de sabores e aromas de coisas e lugares não relacionados à alimentação, numa formulação léxica tão personalizada que pode vir a misturar algumas palavras de origem inglesa, por exemplo, para complementar idéias, tais como: “sabor de chocolate *slightly* (levemente) amargo” ou “sabor de cacau *accented* (acentuado) - para acidez agressiva”, tratando do aspecto da experimentação.

Na degustação de um chocolate devemos ter em mente os caminhos sensoriais que constituem o gosto. Traduzindo, Chloé Doutre-Roussel diz que “se você nota o açúcar, se ele perturba você mesmo que sutilmente, então ele está em demasia na barra.

⁸⁶ FLOCH, Jean-Marie. *Diário de um bebedor de Cerveja*. In: “O gosto da gente, o gosto das coisas”. Educ: São Paulo. 1997. p. 206

Açúcar em excesso é usado para disfarçar a baixa qualidade ou o gosto que não é interessante sentir nas amêndoas de cacau, encobrendo os sabores queimado, metálico, ou mofado”.

Evidenciados, o acre e o adstringente, são sensações gustativas muitas vezes confundidas com amargor. O adstringente pode demonstrar baixa qualidade no chocolate. E é preciso fazer uma diferenciação entre o acre ou azedo e o ácido: A acidez seria uma sensação muito intensa, enquanto o azedo faz a língua curvar-se por antecipação à sensação. Um bom teste para essa compreensão, é observar alguém chupando um limão (sem sal ou açúcar).

O amargo pode aparecer único com diversas qualidades aromáticas em uma barra, mas também poderá ser o prenúncio ou o final de um outro sabor. Por exemplo, o amargo pode começar doce e terminar dando uma indicação de salgado.

O salgado é um dos primeiros sabores a serem notados. Pode ser encontrado em bombons com castanhas, *praliné*, e em algumas barras de chocolatarias bastante conhecidas. Um reconhecido revelador de sabores na culinária, também no chocolate, o sal tem a função de revelar aromas das amêndoas ou das castanhas, por exemplo, em uma composição misturada.

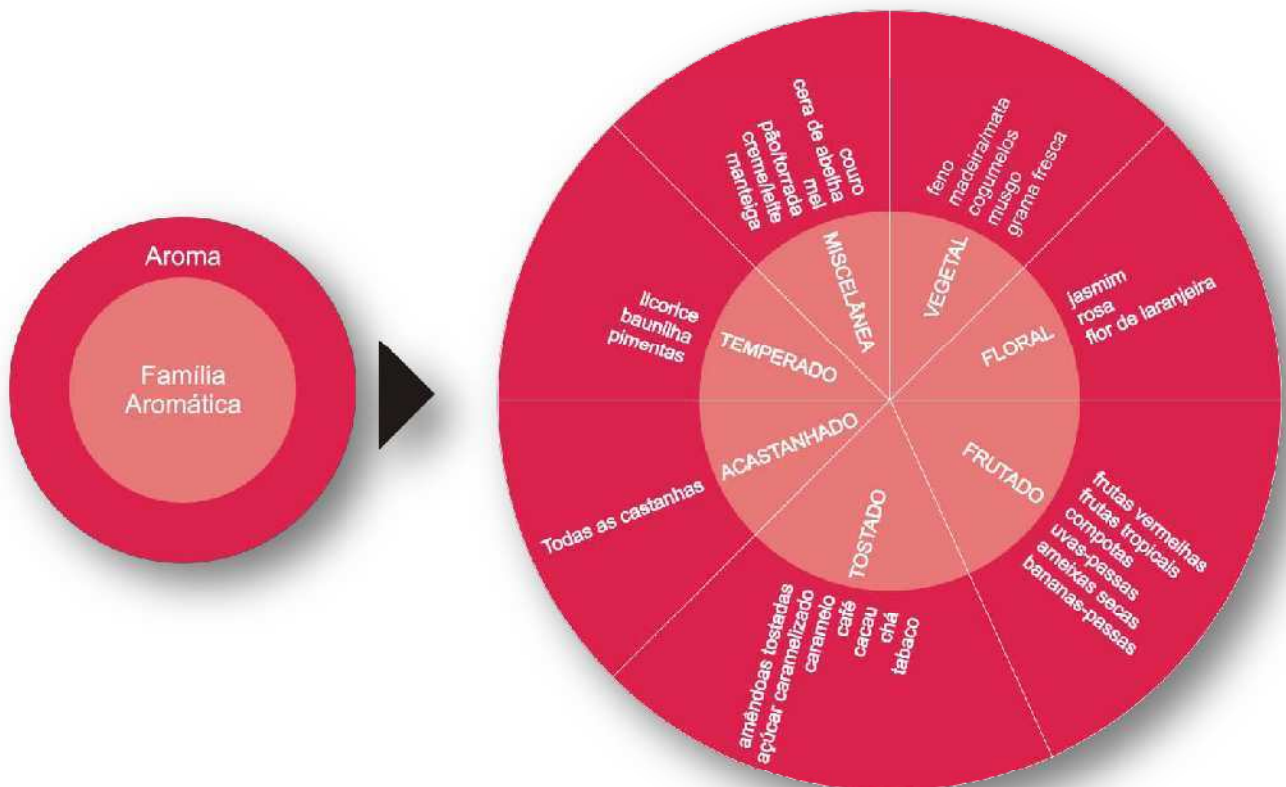


Figura 29 - A roda da degustação: uma sugestão de relações sinestésicas para o desenvolvimento de um vocabulário próprio, baseada na *tasting wheel* apresentada em *The Chocolate Connoisseur*

Com a roda da degustação⁸⁷, baseada no léxico utilizado pelos degustadores de vinho, é possível encontrar palavras para descrever os aromas e sensações gustativas, além dos sabores oferecidos no chocolate. A intenção é estimular o degustador ao desenvolvimento de um léxico próprio, de onde ele consiga estabelecer conexões entre a sensação estética gustativa, portanto, de aroma e sabor, e a sinestesia, ou seja, uma relação estabelecida espontaneamente entre coisas ligadas pelo parecer, pela expressão, podendo variar de acordo com os sujeitos e seus conhecimentos do mundo natural.

Analisando, sensorialmente, tabletes *Grands Crus*, para estudo desses aromas e sabores programados, inicia-se pela alcunha *Grand Cru*, que assim como para os vinhos, também no universo chocolateiro designa a excelência, o apuro no preparo e na seleção da matéria prima, o primeiro passo para a sanção positiva dos sujeitos deste sabor. Lembrando sempre que não existem erros nesse caminho gustativo. Cada um, ao seu modo, encontrará um jeito de expressar sua interoceptividade.

À luz de Eric Landowski sobre a construção de uma semiótica do gosto, o gosto do chocolateiro em fazer este chocolate é o gosto do fazer bem-feito, da maneira como deve ser feito para que o produto final seja caracterizado como um grand cru, acarretando todos os significados da alcunha. Este gosto está intrinsecamente relacionado com o prazer a ser proporcionado ao consumidor-destinatário. O chocolatier, deste modo, em sua programação, transforma por competência o cacau e o açúcar em uma barra de chocolate repleta de valores, por meio de sua performance. A partir desta transformação de um novo estado de coisas é que o degustador terá então a oportunidade de fruir, ou seja, de gozar de maneira subjetal do chocolate, levando em consideração os pormenores de sua composição gustativa.

4.2.1. Valrhona: Três constituições gustativas

À mesa de degustação da Valrhona, por exemplo, é apresentado um corriqueiro e pequeno *dégradé* de intensidades de amargor baseado na porcentagem de cacaus de *terroir*. Para a obtenção desse *dégradé* a Valrhona inclui o Guanaja (70%), o Caraïbe (66%), o Manjari (64%) e o Jivara Lactée (40%). Desprezaremos este último por ser uma composição de chocolate ao leite, portanto, misturado, mantendo nossa análise sobre os

⁸⁷ Apresento uma versão para a *tasting wheel* apresentada por Roussel em *The Chocolate Connoisseur*. p.87

discursos do chocolate puro, descontando a emulsificação, em geral, lecitina de soja, e o açúcar.

A degustação acontece de forma crescente, do chocolate mais suave em termos de concentração de cacau para o mais agressivo. O Manjari, então, o primeiro do trio, é um puro Madagascar, o que significa que ele é o representante mais impressionante do solo onde suas amêndoas foram colhidas. Esse “*Grand Cru de Terroir*” não tem o tipo de planta de que é proveniente denunciado por seu criador, porém a julgar por sua região de procedência, é possível que seja o produto de um cacau tipo Forasteiro, com suas principais características aromáticas explicitadas como ácida, acarretando um evidente aroma de frutas vermelhas em seu buquê e em seu paladar. Não se trata de um chocolate gustativamente muito intenso, podendo ter o seu amargor compreendido como um doce-amargo, mas traz um ligeiro tostado de castanhas junto a esse frutado marcante, de toque frio e refrescante no contato com a língua.

O segundo na graduação percentual de cacau é o Caraiibe. Um *blend* harmonizado de amêndoas de cacau das ilhas caribenhas, portanto, pura mistura de amêndoas diversas de cacau, provavelmente de origem Trinitário, em um tom aromático de tostado equilibrado, sem excessos, redondo. Possui sabor médio-intenso, trazendo um amargo suave e adocicado de início. Traz notas claras de castanhas, sendo ligeiramente ácido, fresco e acolhedor.

O terceiro é um outro *blend*, intitulado Guanaja, uma ilha hondurenha. De amargo médio-forte, essa mistura de amêndoas possui evidente e elegante sabor ácido, num modo macio de se sentir a acidez, com notas perceptíveis de castanhas tostadas, ligeiramente frutado, traz algo como frutas tropicais, talvez amarelas como a banana em sua composição gustativa, permitindo um hálito amanteigado após a degustação.

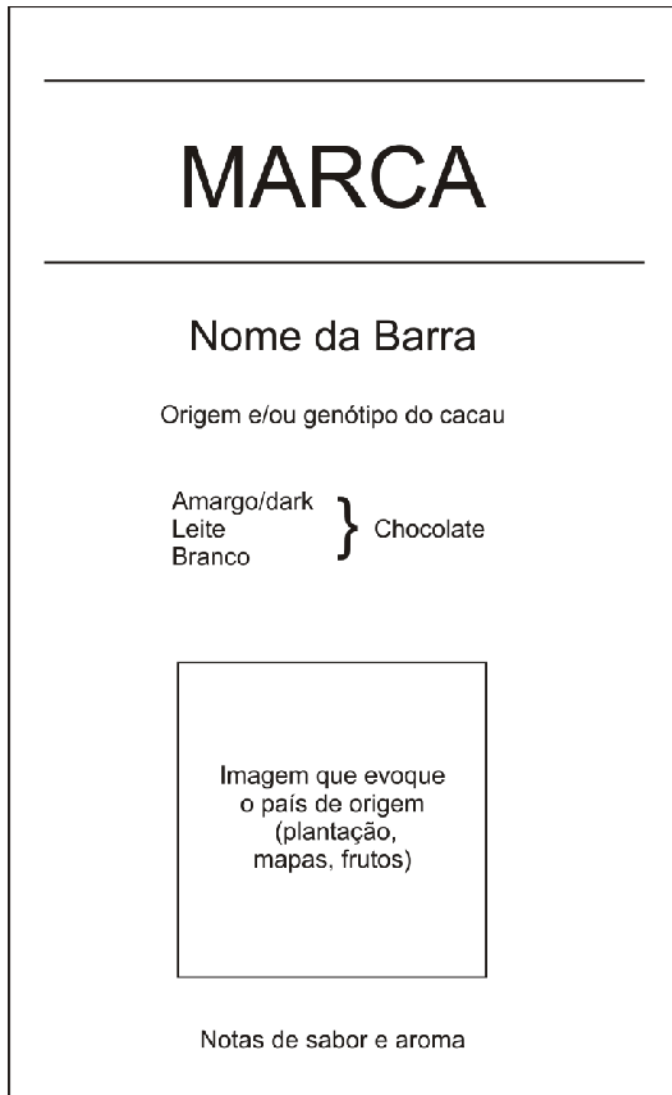
O gosto de agradar do chocolate carrega a possibilidade de dar sentido àquele que gosta de se colocar em experimentação para aprazer-se.

4.3. Sentidos embalados em cartão e papel chumbo

A experiência do degustador com a barra de seu chocolate de escolha inicia-se a partir da embalagem, onde aparentemente suas qualidades são mostradas, em notas que

buscam os sentidos etológicos de tradição, alta qualidade e procedência, agregando valores estéticos como a sacralidade, a nobreza e o refinamento de suas receitas.

Valores estéticos de timias mais tensas não são considerados em geral nas embalagens, como explora-se a seguir. De maneira geral, os destinadores ou as marcas buscam manter o chocolate deslocado para esse patamar sacro nobre centrista, mantendo o *glamour* de cada produção.



A embalagem de um chocolate deve respeitar alguns critérios como os rótulos dos vinhos. Como se vê na figura 27, cada informação tem seu lugar e sua ordem hierárquica de aparição.

Observando as qualidades etológicas e estéticas de algumas embalagens pode-se observar o respeito a essas prescrições, que serviriam para mais uma vez afirmar as qualidades nobilitantes das marcas e seus produtos.

A Fénix traz as marcas dessa rotulação sem respeitar demais a hierarquia proposta. Definiu-se por embalar toda a sua linha de grands crus em papel cartonado de toque acetinado, num acabamento encerado e fosco, que risca ao manuseio de unhas mais longas e

mãos pouco cuidadosas. Toda a linha oferece a pureza do *terroir*, e dessa forma tem-se as

Figura 30 - Informações hierarquizadas na embalagem do chocolate

seguintes denominações de origem:

Bahia Superior (70%) - para o Forasteiro proveniente do Estado da Bahia; o Rio Arriba (70%) – para um Forasteiro-Nacional das províncias de Guayas y Los Rios no Equador; Occumare (70%) – para o Crioulo proveniente

do vale de Occumare de la Costa, no Estado de Aragua na Venezuela; o Esmeraldas (70%) - para o Forasteiro da província de Esmeraldas no Equador, - e o Carenero Superior (70%), - para o Trinitário de Crioulo e Trinitário de Barlovento, estado de Miranda na Venezuela.



Figura 31 - Embalagem da barra Carenero Superior da Fénix, visão frontal (2006)

Buscando o efeito da opacidade do papel, além de evidenciar uma atenção especial no acabamento do produto, a embalagem destes *grands crus* permite ao nome do *chocolatier* brilhar ainda mais em suas letras douradas: SALGADO – escrito em caixa alta, no topo da embalagem, em tradicional e talvez conservadora Times New Roman, trazendo o tipo reforçado em negrito, sublinhado e seguido da alcunha da linha de produtos – • Grands Crus • – delimitada por pontos laterais.

Com suas informações descritas em espanhol e inglês, a embalagem aponta a sua origem tipo exportação, reiterando sua tradição no uso da fonte serifada. A sobriedade

do preto combinado a cores mais vivas também remontariam essa a memória de uma qualidade que se repete, a fim de se perpetuar, porém de forma atualizada.



Figura 32 - Alegria conservadora: Cores vivas sem perder a sobriedade

O uso dessas combinações trazem um ar de modernidade e alegria para as embalagens, demarcando seus locais de origem pela cor, como o azul marcante do Carenero, para o cacau estocado em uma zona marítimo-portuária, o amarelo vivo do Bahia, uma terra que permite ao cacau ser secado ao sol trazendo fortes notas de café, ou o laranja avermelhado do Rio Arriba, para a parte superior do Rio Guayas, onde o solo confere um aroma floral ao cacau Nacional.

A foto dos frutos como fundo, trazem, sempre na cor assumida por cada denominação de origem, um trabalho criativo com um quê de *Pop Art*, permitindo uma possibilidade de manutenção do antigo, sem vandalizar os conceitos da casa agregados aos seus produtos.

Na tarja preta, delimitada por fios dourados opacos, tem-se o indicativo da origem do cacau. Além das inscrições sobre origem e genótipo, tem-se um mapa com destaque sutil para a localização de onde o cacau é proveniente, mais uma atenção ao rótulo padronizado para o chocolate fino. Há a preocupação clara em falar da procedência desse chocolate em virtude do atestado de qualidade que esta confere ao produto.

A qualidade também fica expressa na embalagem: com um evidente 70% sobre o teor de cacau de cada uma das composições; no respeito às 100g do produto; e no uso da frase abaixo do teor de cacau: “Cacao de Origen Unico Seleccionado”.

Na construção deste simulacro de chocolate autêntico, tem-se nas laterais da caixa, também em inglês e espanhol, a sinalização de que o chocolate é amargo. São seis indicações ao todo, bem evidenciadas no contraste de azul e preto, no caso do Careneiro

Superior, para não decepcionar os amantes do chocolate ao leite e para investir na valoração da barra por seu percentual de cacau.

No verso, todas as informações e a apresentação do produto são descritas com letras douradas opacas dispostas sobre o preto, delimitado pelas mesmas bordas douradas opacas do frontal da embalagem. Mantendo o estilo se mantém isotopicamente os efeitos de sentido.



Figura 33 - Laterais e verso da embalagem, isotopias de sentido e estilo

Logo na abertura da caixa é possível notar os pontos de cola e o tablete ainda envolto em papel chumbo, ambos os significados reiterados da tradição sustentada na indústria do chocolate fino, o uso do artesanal. Cada barra produzida parece ser embalada

cuidadosamente à mão, um valor distante das produções em massa que embalam tabletes em plásticos lacrados por seladoras.

Dentro do papel chumbo é guardado o estalado seco de um tablete feito de três colunas de quadradinhos com 2x2cm, desenhados com orientações diferentes de linhas ora horizontais, ora verticais. Sem as marcas da empresa e sem nenhuma forma especial.

Também em cartão mas já não em papel chumbo estão os chocolates Valrhona, fazendo uso de um outro modo de promover o seu requinte e modernidade. Com embalagens atualizadas no final de 2008, a marca aponta para as evidências de sua conduta chocolateira. Sem desperdiçar o discurso dos *chocolatiers* que apesar da inovação são capazes de manter toda a tradição e a cultura do bom chocolate artesanal, a empresa emprega na arte



Figura 34 - Valrhona - hot stamp e serifas sutis: tradução de classicismo

de suas embalagens uma ruptura com as marcas do conservadorismo: eles pretendem acima de tudo serem atuais. Essa atualidade fica patente na escolha das fontes, no tipo de cartão constitutivo da embalagem, e no tipo de impressão empregada. Apesar das serifas extremamente atenuadas, a idéia da estirpe, da classe permanece no tipo de letra utilizado.



Figura 35 - Grands Crus Valrhona: os exemplares de barras sem adição de leite. Imagem extraída do catálogo de produtos Valrhona distribuído para público convidado no Brasil em 2009, por importador autorizado.

Em cartão preto, fosco, de aproximadamente 180g de espessura, a Valrhona coloca o seu logotipo, o símbolo de sua marca e a denominação de origem do chocolate em hot stamp⁸⁸, privilegiando as informações gustativas da barra, também com essa forma de impressão.



Figura 36 –
Laterais da
embalagem

Toda a linha dos grandes crus de Valrhona respeita esse critério de construção de imagem e a hierarquia das informações de rótulo. Observando a figura 31, a empresa, além da flor que poderia ser entendida como uma planta de cacau com folhas e vagem, provê a intenção gustativa da barra logo abaixo de sua denominação. O triângulo retângulo em vermelho, era nas embalagens anteriores utilizado como símbolo principal, com a remodelação das embalagens ele se tornou um significativo crescente intenso assinalado sobre a alcunha *Les Grands Crus*, produzindo efeito de sentido da ação que se expande com o aumento das angulações, numa difusão intensiva dada pelo vermelho, podendo aparecer como um simples traço na mesma posição como se vê na figura 32, retirada do catálogo de produtos da empresa.

Cada barra, como apresentado na figura 32, recebe uma cor aparentemente correspondente à sua característica aromática, o que caracterizaria mais fortemente o seu território de origem e suas qualidades principais.

Para Manjari, por exemplo, um dégradé de um vermelho neon, tendendo ao rosado, para assumir sua personalidade fresca e ácida das frutas vermelhas. Para Guanaja o vermelho intenso, assumindo seu sabor definitivamente amargo e elegante. E para Caraïbe, o azul também em dégradé, para um amargor balanceado e aveludado.

Nas laterais da embalagem, nome da barra e porcentagem de cacau estão em reiteração. No verso, as descrições do chocolate em dourado opaco, são trazidas em francês, inglês e alemão, alguns detalhes dessa descrição aparecem também em russo, espanhol e italiano.

⁸⁸ Hot Stamp: processo de impressão por transferência de calor e pressão, feita com folha especiais metalizadas.

ALPACO

C'est en majorité le cacao d'origine Arriba d'Equateur qui donne naissance à Alpaco, chocolat alliant force et finesse : la délicatesse d'arômes floraux (jasmin, fleur d'oranger...), presque fondus dans des notes très chocolatées.

The majority of the cocoa used for Alpaco comes from the Ecuadorian Arriba bean. It combines strength and sophistication, and offers delicate floral aromas of jasmine, and orange blossom, intimately and intricately intertwined with deep cocoa notes.

Chocolat noir (66% de cacao minimum, pur beurre de cacao)
 Ingrédients : fèves de cacao d'Equateur, sucre, beurre de cacao, émulsifiant (lécithine de soja), extrait naturel de vanille. Présence possible de fruits à coque, protéines de lait et d'œuf, gluten et arachide. A conserver dans un endroit sec entre 16-18°C. **Dark chocolate (66% cocoa minimum, pure cocoa butter)** Ingredients : cocoa beans from the Equator, sugar, cocoa butter, emulsifier (soya lecithin), natural vanilla extract. This product may contain traces of nuts, milk and egg proteins, gluten and peanut. Keep in a dry place whose temperature is maintained at 16-18° C / 60-64° F.

Dunkle Schokolade (mindestens 66% Kakao, nur reine Kakaobutter) Zutaten : Kakaobohnen aus Ecuador, Zucker, Kakaobutter, Emulgator (Sojalecithin), Naturvanilleextrakt, Schalenfrüchte, Milch- und Eiweiße, Gluten und Erdnüsse können vorhanden sein. An einem trockenen Ort bei 16-18° C aufbewahren. **Chocolate negro (66% de cacao mínimo, manteca de cacao pura)** Ingredientes : habas de cacao de Ecuador, azúcar, manteca de cacao, emulgente (lecitina de soja), extracto natural de vainilla. Posible presencia de frutos con cáscara, proteínas de leche y huevo, gluten y cacahuete. Conservar en un lugar seco entre 16-18° C. **Ciocolato fondente (66% minimo di cacao, puro burro di cacao)** Ingredienti : fave di cacao dell'Equador, zucchero, burro di cacao, emulsionante (lecitina di soja), estratto naturale di vaniglia. Può contenere tracce di frutti con guscio, proteine del latte e dell'uovo, glutine e arachide. Conservare in luogo asciutto tra 16-18° C. **Mørk chokolade (mindst 66% kakao, rent kakaosmør)** Ingredienser : kakaobønner fra Equator, sukker, kakaosmør, emulgator (sojalecitin), naturlig vanilleekstrakt. Kan indeholde spor af nødder, mælke- og ægproteiner, gluten og jordnød. Opbevares tørt ved mellem 16-18° C. **Donkere chocolade (minimaal 66% cacao, zuivere cacaoboter)** Ingrediënten : cacaobonen uit Ecuador, suiker, cacaoboter, emulgeermiddel (sojalecithine), natuurlijk vanille-extract. Mogelijke aanwezigheid van notensoorten, ei- en melkproteïnen, gluten en arachide. Droog bewaren tussen 16 en 18° C.

Μαύρη σοκολάτα (τουλάχιστον 66% κακάο, αγνό βούτυρο κακάο) Συστατικά : κόκκοι κακάο από το Εκουαδόρ, ζάχαρη, βούτυρο κακάο, γαλακτωματοποιητής (λεκιθίνη σογιας), φυσικό εκχύλισμα βανίλιας. Ίσως περιέχει καρπούς με κέλυφος, πρωτεΐνες γάλακτος και αυγού, γλουτένη και αράπικο φιστίκι. Διατηρείται σε ξηρό χώρο, σε θερμοκρασία 16-18° C.

70 g / 2.46 oz

3 395320 066773

A consumer de préférence avant fin / Best before end / Mindestens haltbar bis Ende / Consumir preferentemente antes del fin de / Da consumarsi preferibilmente entro fine / Mindst holdbar til og med / Ten minste holdbaar tot einde / Αναλώση κατά προτίμηση πριν από

12-2009/LFIW08284

Fabriqué par / Made by
 Hergestellt von / Fabricado por
 Prodotto da / Fremstillet af /
 Geproduceerd door /
 Κατασκευάζεται από

VALRHONA
 AUX SOURCES DU GRAND CHOCOLAT®
 26600 Tain l'Hermitage - France
 www.valrhona.com

Figura 37 - Verso da embalagem do tipo Grand Cru de Valrhona: completude de informações

desprende da constante de planejar o chocolate para um sujeito que deseja estar inserido em um ambiente onde o status tem valor. Dessa forma, seu processo de embalagem é industrializado. Uma linha de cola segura a aba que poderá vedar a caixa para manter o chocolate protegido permitindo um consumo vagaroso, mantendo um encaixe para a ponta da aba nas costas da embalagem. A barra vem embalada em plástico laminado internamente, decorado por fora com o logo da empresa.



Figura 38 - Processo de embalagem industrial para o chocolate artesanal de Valrhona



Figura 39 - Assimetria nos vincos de quebra das barras de 70g: uma marca da modernidade arcaica do chocolate

As barras de 70g da Valrhona carregam ainda mais na intenção de mostrar-se diferente das demais, posicionando, com a assimetria das frações da barra, dadas pelos vincos de quebra, a sua condição de chocolataria artesanal sempre atualizada com as evoluções do mundo contemporâneo, portanto preservadora dos modos arcaicos de constituição

gustativa do chocolate, mas, caminhando sincronicamente com as inovações trazidas com o tempo.

Ao observar uma das marcas de maior tradição mundial, a Lindt, pode-se notar a diferença de embalagem dos chocolates finos e os de produção massiva. Apesar da boa qualidade de seus produtos, a Lindt com sua linha Excellence, que exibe porcentagens altas de cacau em sua composição, não carrega consigo a alcunha *Grand Cru*, nem tampouco as marcas determinadas para caracterizar um chocolate fino pela embalagem.

Para essa linha de chocolates a Lindt oferece um grande peso para aos altos teores de cacau, buscando valorar a barra com base exclusivamente na porcentagem utilizada em cada uma de suas composições gustativas. Sua embalagem é típica das barras de produção massiva. Com a topologia respeitando

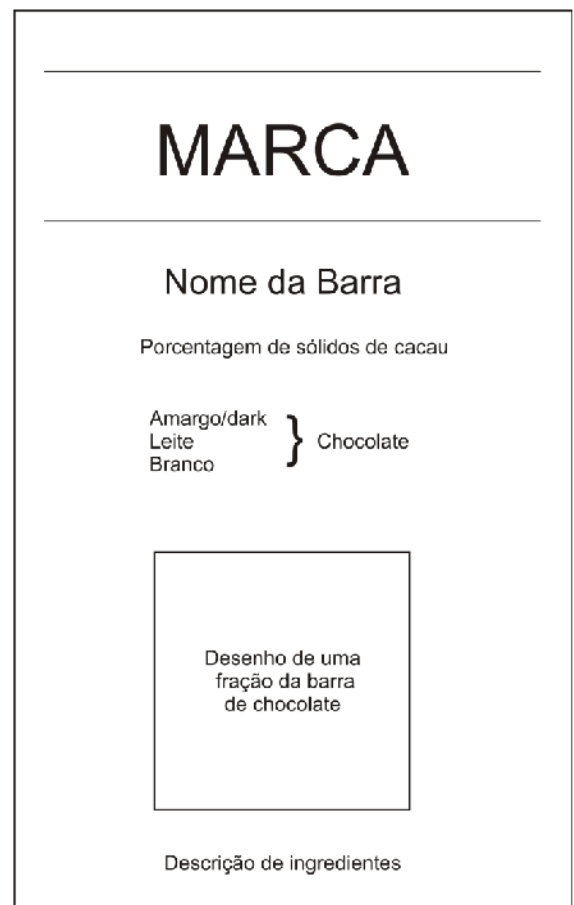


Figura 40 - Marcas de um chocolate comum, de produção massiva

praticamente todas as indicações desse conceito de produto, conforme figura 37, dispendo abaixo da marca e do nome da barra a quantidade de sólidos de cacau, abaixo da porcentagem de sólidos a inversão entre o desenho do bloquinho de chocolate, deixando abaixo dele a descrição do chocolate, nesse caso um chocolate puro e amargo - “dark”, não oferecendo a descrição dos ingredientes como seria de se esperar, mas sim uma intenção sensível em inglês

e espanhol: *“Luxuriously smooth – Deliciously intense”* e *“Intenso y equilibrado – Persistente en boca”*.

O matérico e o cromático dados pela impressão em cartão branco brilhante e liso, busca construir, na combinação do preto e do dourado, um simulacro de excelência, apelando para os relevos em todos os dourados e no quadradinho de chocolate, salientando sua procedência em todos os momentos. Atesta por três vezes na frente da embalagem a qualidade tradicional da Lindt & Sprüngli, a primeira ao topo, com o símbolo do dragão, ao lado da marca, sublinhado, ao centro, na exibição da fração do tablete, que vem todo timbrado, e depois no rodapé, com o selo da empresa. A marca aponta para duas solicitações de informação das embalagens de chocolates finos. A primeira seria o desenho que evoca a origem, apresentando frutos

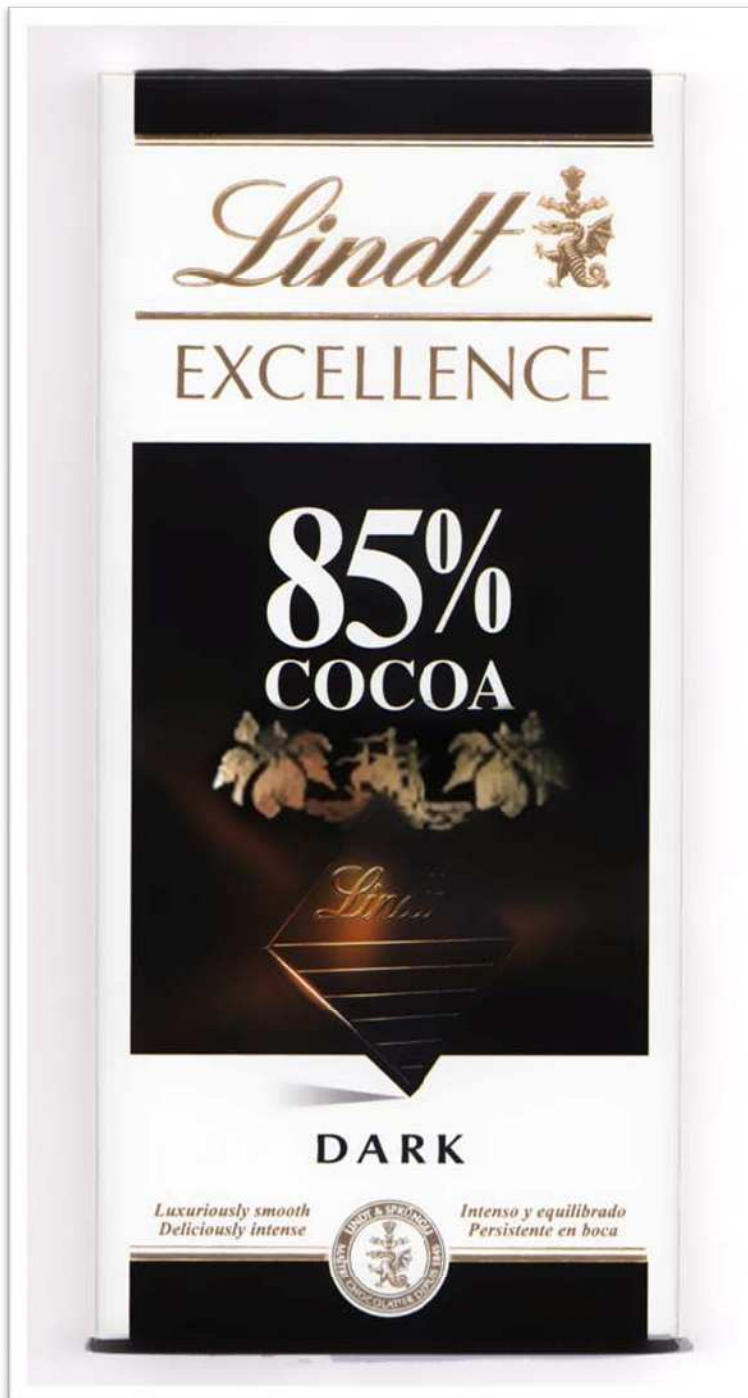


Figura 41 - Frente da embalagem de Lindt Excellence

de cacau junto ao mar com as caravelas, rememorando, de algum modo, a descoberta do chocolate e a outra, já citada, a intenção gustativa da barra, no lugar dos ingredientes, algo como: “Luxuriosamente macio – Deliciosamente intenso” – em inglês – e “Intenso e equilibrado – Persistente na boca” – em espanhol. Informações complementares e não um versão exatamente equivalente para uma e outra.

Para o verso da embalagem ficam as descrições de ingrediente em inglês, árabe, espanhol, tcheco, croata e alguns detalhes em chinês.

Ao topo se lê novamente os nomes Lindt & Sprüngli, sob o símbolos de um dragão e da meia estrela unida à meia lua, circundados, e abaixo descrição: Mestre chocolateiro suíço desde 1845. Mais uma vez ainda ao centro da embalagem se vê mais um atestado de qualidade da empresa: *Quality Guarantee* – da fábrica da Lindt & Sprüngli na Suíça, com a manufatura do chocolate sendo da fábrica francesa.

Dentro da embalagem, o bom e velho papel chumbo, timbrado com a marca Lindt ao lado do dragão que aparece como um brasão na frente da embalagem, sublinhado, com a inscrição: *Maitre Chocolatier*.



Figura 42 - verso da embalagem de Lindt, ainda com o selo do importador local.



Figura 43 - Papel chumbo e barra de chocolate timbrados com a marca: ortogonalidade e simetria na recriação da ideia de tradição e cultura nas produções do universo chocolateiro

A barra mantém a simetria e a ortogonalidade de sua procedência explicitada até aqui. A Lindt em seus tabletes da linha Excellence, com 10 quadrados quase perfeitos (4cm L x 3,7cm A) traz a reiteração da marca e das linhas utilizadas por toda a embalagem. Essa autoafirmação parece dizer que apesar de ser um chocolate massivo, ele tem qualidade, é produzido com a expertise da chocolataria fina, mantendo uma linearidade na sua capacidade de produção desde a fundação da empresa.

4.4. Pensamentos chocolateiros

Na reflexão sobre o chocolate tem-se obviamente dois tipos de conduta que se contrapõem em todos os âmbitos apresentados nesta busca de uma construção identitária daquilo que a *expertise* define como chocolate fino, verdadeiro.

Se de um lado temos a indústria do chocolate de massa, preocupada com a quantidade no abastecimento do mercado, do outro temos a indústria artesanal ou semi-artesanal, preocupada com a qualidade dos produtos que disponibiliza a ele.

Obviamente, existe público para ambas, e por acesso, certamente, a grande maioria do público consumidor de chocolate, conhece melhor o gosto construído pela indústria de massa. Que o torna disjunto de toda a glamorização do chocolate fino. Uma tortura gustativa para os habituados aos doces gordurosos da indústria massiva, um prazer para os habituados aos amargos de intensidades variáveis da indústria fina.

O mercado chocolateiro fino ainda briga para definir seus parâmetros, seus modelos de produção e os rigores que devem pautar a qualidade de cada uma das suas produções.

Neste caminho, revela-se a grande dificuldade da indústria do cacau fino no fazer-conhecer de seus produtos e de suas intenções. Evidentemente não é tarefa simples reeducar um paladar acostumado a comer as barras doces e recheadas amplamente difundidas e acessíveis, a buscar os prazeres dos aromas do cacau, que são mais variáveis que seus locais de origem, a preços multiplamente superiores.

Além disso, o chocolate fino é um objeto de consumo que valoriza a individuação. Não somente a sua própria, ao demonstrar que em sua composição mantêm-se mais aspectos gustativos a serem reverenciados que cacau e açúcar, mas também por formular paladares específicos em busca dos prazeres gustativos que ele proporciona. Ou seja, ultrapassando o prazer gustativo, outros prazeres se denotam, sendo eles os do bem-estar, baseados nas benesses oferecidas pelas qualidades fisiológicas do produto, do gosto pelo consumo em si, caindo na questão do gosto que se discute e se evidencia por ser um “bom gosto” e, ainda, pelo conhecimento que embasa a escolha de um tipo ou outro de chocolate. Afinal, saber escolher uma boa barra é tão glamoroso quanto saber escolher um bom vinho ou tomar café expresso observando textura, aromas e qualidades de produção.

A construção dos simulacros dessas embalagens apóia-se em todos esses fatos para comunicar suas qualidades aos degustadores. Ela se sustenta na intenção do conhecimento, que se não é prévio por parte do consumidor, será constituído no contato com o produto pela embalagem e pela degustação dirigida.

Ao escolher uma barra como as apresentadas, o degustador se coloca conjunto aos hábitos finos, apurados, de grande sofisticação e conhecimento, representando, para si mesmo, portanto, a satisfação alcançada de poder tornar-se, pelo menos por 70g ou 100g, exatamente aquilo que o chocolate comunicado parece ser.

5. CONCLUSÃO: UM CHOCOLATE SUJEITO PARA A DEGUSTAÇÃO DO OUTRO

Analisando a situação comunicativa do chocolate alcança-se a idéia de que para colocar na boca um fragmento da barra de um dos mais caros chocolates do mundo, deve-se ter em mente uma leitura do exógeno e do endógeno, caracterizando constantemente os diálogos entre centro e periferia na construção de um sabor, que acaba sendo comunicada como deífica, não somente pela utilização do *Theobroma*⁸⁹ *cacao*, mas pelo conhecimento de quem faz, de quem consome e da essência do próprio chocolate.

Aparentemente nas estratégias enunciativas da cultura chocolateira fina, onde o cultivo do sabor chocolate é planejado desde a escolha do solo e da planta de cacau, seguindo por um caminho de critérios e especificidades da seleção e do processamento das amêndoas, para a manutenção e a conquista de aromas e texturas no produto final, existe um fechamento institucionalizado, baseado num tema central onde as isotopias temáticas são dadas na tentativa de deslumbrar o degustador antes do contato gustativo, fazendo-o querer-ser e assim fazer parte de um todo de sentido travestido de efeitos de nobreza, status social, requinte, glamour e sofisticação, comunicados pelos modos de presença das marcas diante de seus públicos.

Apesar da abertura desse centro para todos os consumidores dispostos a conseguir um exemplar de 75g a 100g, gastando aproximadamente de R\$ 25,00 a R\$ 50,00, existe uma construção de exclusividade para as produções chocolateiras finas, propagada sem alarde, comunicada somente para os mais delimitados nichos de mercado, vendendo pouco, em comparação ao chocolate de produção massiva, e ocupando um lugar referencial de conhecimento, aprimoramento cultural e apuro do gosto pessoal e do paladar.

O paradoxo trabalhado por Morin⁹⁰ entre fechamento e abertura, no processo mercadológico desse chocolate, verificado a partir daquilo que é e para quem é comunicado, parece manter-se visando uma pressuposição de indisponibilidade, porém, delimitando uma fronteira⁹¹, um lugar de tradução onde é possível ser o outro e seus

⁸⁹ Theobroma: elixir dos deuses.

⁹⁰ MORIN, Edgar. *O Método III: O Conhecimento do Conhecimento*. Trad. Juremir Machado da Silva, 1ª. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2000.

⁹¹ LOTMAN, Iuri M. *La Semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Ediciones Cátedra, S.A., 1996.

conteúdos, de acordo com escolhas e capacidades estéticas pré-elaboradas por um ponto de vista gustativo. Algo que qualificaria o sujeito num jogo de valores que finda na gustação, privilegiando um *dom* que permitiria o amor pelos amargos, uma indiferença ao doce das barras ao leite e certo desprezo por qualquer confeito⁹² que se venda ou seja adquirido como chocolate (verdadeiro).

Esse pensamento concêntrico, que traz uma noção de pureza, de unidade ou identidade aos desenvolvimentos e sensações de um mestre-chocolateiro, sendo ele criador e degustador de sua receita, portanto, se compõe na versatilidade aromática e sávida que um bom chocolate pode proporcionar àquele que o consumir.

Nas produções das pequenas fazendas, onde quem planta dificilmente terá oportunidade de provar dos resultados do esforço e apuro de seu cultivo, finalizados por empresas que investiram em todo o desenvolvimento processual, um sem número de informações implícitas alimenta o mercado exclusivista dos finos. Se em um tablete é possível sentir aromas de frutas vermelhas, no outro se concretizará castanhas ou café, e por aí afora numa pluralidade expansiva de traduções e entrelaçamentos inteligíveis e sensíveis identificáveis por aromas que nasceram ali, em cada planta, para suscitar estesias estampadas no imaginário de cada provador. Contando, então, diacrônica e sincronicamente com suas práticas culturais e saberes, em uma circulação de valores de uso e de troca entre os sujeitos da produção (que para produzir precisam degustar) e da degustação.

Ao tratar das formas de alteridade e estilos de vida⁹³, Landowski alça quatro estereótipos de sujeitos, alteridades que buscam experimentar, com base em suas intencionalidades, articuladas ou difusas, um projeto de vida atualizado, que os faça afirmar e reafirmar quem são para outros sujeitos. No caso da chocolataria fina, tem-se esse trabalho de qualificação ou ajustamento dos sujeitos para a degustação aprimorada, nos ensinamentos sobre o que significa um bom chocolate, como ele deverá ser saboreado e a determinação, por meio de suas comunicações, da classe etológica a que esse sujeito adentrará a partir da seleção e consumo de uma barra.

⁹² Segundo Cristian Constant, *chocolatier e pâtissier*, o chocolate puro, para manter os índices esperados de qualidade, deve conter ao menos 43% de pó de cacau e 26% de manteiga de cacau. Em geral, para grandes empresas de produção de matéria prima, uma construção acima de 60% de sólidos já seria considerada fina.

⁹³ LANDOWSKI, E. *Presenças do outro*. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2002.

Então, neste ponto, poderia-se encontrar as suntuosas marcas de chocolate fino em *centripetismo*, vendendo suas ideias de status aos *esnobes* e aos *dândis* - como nas proposições de Landowski -, que elas crêem ser seus públicos-alvo, fazendo “a encenação do parecer que precede o ser que o constitui”. Neste estatuto, “a relação com o outrem prevalece sobre a relação consigo mesmo e é um *querer-parecer*, definido por referência a um contexto social preciso, que os determina”. Essas comunicações visariam, portanto, o *esnobe*, determinado a fazer parte de um grupo distinto por suas qualificações e o *dândi*, desejando ser diferente dos demais, dos comuns, dentro de um mesmo centro etológico.

Se a indústria dos finos visa explicitar em suas embalagens uma forma de comedimento retraído em uma cadeia de sentidos que definem um gosto invariante por uma visão etológica dos modos de ser e de estar na conjunção com um prazer gustativo, os sabores e aromas de um chocolate atuam na contramão deste pensamento.

Um bom chocolate seria, por certo, um efeito de sentido não hipostasiado ou fundamentado falsamente em uma identidade superficial, esnobe e desarticulada, onde os saberes e os gostos são herméticos a uma classe ou grupo de centro. Mas, ampliado em um conteúdo criativo, natural ou manipulado, de uma experiência sobre a construção de um aroma/sabor pluralizado, capaz de colocar em contato duas experiências de vida: a de quem serve e a de quem é servido. E, não obstante, a relação entre espírito e matéria, respectivamente comparados. Onde novas possibilidades gustativas são (re) construídas por (des)prazeres diversos.

A capacidade sensorial combinada desfaz o centro das invariações propostas pelo status que a indústria chocolateira fina quer angariar, e coloca o degustador em contato íntimo consigo mesmo, a partir do seu próprio entendimento do gosto proposto no chocolate por um Outro, o chocolateiro; uma tradução daquilo que foi planejado para ser sentido, alcançando uma mescla, entre destinador e destinatário na capacidade de acolhimento do prazer na alimentação, uma conquista cotidiana da experimentação descontinuamente continuada, repetida, ocorrida num debate de divergências e aproximações, caracterizando regimes de ajustamento e de contágio entre os sujeitos, numa troca dinâmica de percepções estéticas que não permitem a sintetização nem dos actantes nem da experimentação.

Provavelmente é dessa mistura que se revela a eroticidade e as demais paixões relaxadas e tensas desse sabor. Mescla dada a partir da estranheza ou da diferença.

Trato que deixa transparecer as possibilidades aromáticas de uma sequência de procedimentos, como fermentação, secagem, torra e a própria conchagem, e da mesma forma na utilização do sincretismo sensorial, que coloca todos os cinco sentidos em movimento e em imbricação, para que se apreenda com agudeza a proposta prescrita.

Torna-se impossível, nesse contexto de contornos e entranhas complexas entre a produção e a degustação do chocolate, deixar de observar as interações e as integrações entre elementos diversos que se mesclam na inteligibilidade para produzir sentido. Não há aqui relações dicotômicas. Os atos de feitura e provação de sentidos são em si um relacionamento despojado de hierarquia ou inferiorização. Uma ação não existe sem a outra, posto que é impossível ao mestre-chocolateiro criar sem provar, ou sem imprimir o seu gosto pessoal na criação.

Essa realidade lasciva coloca em crise o sistema dicotômico de marginalização e conservadorismo da centralidade, utilizado para manter o caráter exclusivista do comércio desse tipo de produto. Numa opinião bastante pessoal e até ferina a respeito das comunicações geralmente adotadas para os produtos de luxo, penso que, se a apreciação dessa formulação chocolateira está envolta em processos de produção, apreensão, cultivo e descoberta de conhecimentos e fazeres criativos, transitando entre o familiar e o estranho, não se pode simplificar a mensagem do feito em meras relações de poder nobilitante ou excludente.

Ampliando esse pensamento meio mercadológico e meio antipático às culturas de centro, poderia-se dizer que, não se está na degustação de um chocolate, vinho, azeite ou qualquer outro produto categorizado pela estesia, comprando-se o acesso ao conhecimento. Pois, a *estesia* não se compra, se aprimora. E o saber de um gosto em amplitude é o aprofundar da interação com o individual, o íntimo e o intransferível. É gerar cognições para um saber inato de cunho pessoal e não comercializável, diferente do que preconizam as comunicações do mercado de luxo. No entendimento dos sentidos, não é melhor quem tem acesso, pois quem o detém, simplesmente, pode manter o contato com o próprio prazer e conhecê-lo em profundidade.

Nestas tendências de comunicação do mercado dos finos, não parece ser possível estabelecer um isolamento modalizador dos consumidores do chocolate. Pois, a expressão deste produto é de caráter não ortogonal e complexo. Trata-se de um objeto que

ganha valores na passagem de um sujeito para o outro, com possibilidades de alcances diversos nos sabores percebidos a partir do aprofundamento contativo, realizado na experimentação corpo a corpo.

O chocolate se relaciona com significações variadas, tecidas numa conquista cotidiana, num debate feito da aproximação das oposições, ou mesmo num trabalho intelectual da compreensão gustativa, que complementa ou encadeia o “bom” (sabor doce) e o “ruim” (sabor amargo) para alcançar prazeres diversos (aromas). Quanto mais conectado à ideias de aromas e sabores não familiares, mais interessante e complexo o chocolate será, pois trará à sua significação um enorme repertório de variações a serem alcançadas em nexos entre as heterogeneidades das múltiplas formas de sentir, diferenciadas entre os vários degustadores de uma mesma produção chocolateira.

Um objeto sávido assim tão rico ou plural, é aquele que pertence a várias formas de sentir, particularizadamente, por carregar consigo elementos que sensibilizem todas elas, de maneira unívoca para cada modo de presença, para cada jeito de ser e de sentir.

Essa ideia dá uma formulação sobre o compartilhamento do incomprovado. Sentidos, significações que permitem ao degustador ter uma noção, fazer uma interpretação sem jamais poder comprovar, dos sentidos originados no gosto de um sujeito-mestre-chocolateiro, transmutados na troca ou na experiência da transferência, traduzida pelo gosto de um sujeito-degustador. Nesta tradução que impregna o chocolate com a capacidade de sentir de dois sujeitos distintos, existiriam também as reações interpretativas dos sabores e dos aromas propostos, que se conectariam com os resíduos das experiências adquiridas na intelecção do sensível do sujeito sensorial, a partir de sua capacidade de gustação cognitiva, permitindo a esse provador o alcance de aromas, sabores e gostos espaciais, actoriais e temporais diversificados, como já apresentado na roda da degustação (localizada na página 86).

Aparentemente na apreciação gustativa de um bom chocolate, não há identidade possível de ser construída, pois, por sua própria constituição, ele é um alimento incorporante, um movimento que transforma seu apreciador num ser capaz de agir no campo do outro, sem nunca tornar-se um terceiro sujeito, pois não exclui nenhuma das aproximações anteriores e pode sempre capacitar-se de novas maneiras de sentir ou de colocar-se em contato com a mesma receita de chocolate.

Em todas as molduras classicistas constituintes do mercado de luxo, expressa-se a vontade de um retorno às origens, numa tentativa de reencontro com aquilo que se perdeu, como uma identidade edificante, uma essência. Se para as marcas essa construção identitária é possível, pois seus modos de visibilidade diante de seus públicos é algo construído para dar-se a ver de determinada maneira, por meio de embalagens e na conceituação do chocolate que vendem, não é possível observar essa tentativa no produto final, como objeto de degustação, pois há uma ruptura com esse sistema, por conta exatamente dos modos de sentir particularizados de cada sujeito, e pela combinação de elementos opositivos em sua constituição gustativa, tais como: a combinação do alto e do baixo, do sagrado e do profano, da sublimação e da mundanidade, da alma e do corpo, do prazer e da tortura, do bem e do mal.

Pode-se exemplificar essa ideia observando discursos possíveis a partir da degustação de uma barra, considerando os antagonismos citados: (alto vs. baixo) chocolate fino produzido por mestres, cacau matéria prima bruta, produzida por lavradores; (sagrado vs. profano) chocolate usado para a conexão com o divino e para renovar o vigor sexual; (alma vs. corpo) chocolate para mudar positivamente um estado de espírito, e para permitir a um homem caminhar um dia inteiro sem comer; (prazer vs. tortura) os sabores fáceis do doce encadeado pelo sabor difícil do amargo; (bem vs. mal) chocolate para consumido por padres e para ser consumido em rituais de magia.

Talvez fosse mais interessante e cativante ver os grandes nomes desse mercado seguirem por um caminho de contato entre as divergências e as aproximações do sabor com suas possibilidades estéticas e sinestésicas, diferentemente de quando efetivam suas comunicações na promoção do poder de estar dentro ou fora de um grupo isolado, pré-qualificado tão somente por sua capacidade de consumo.

Se a comunicação, mesmo que ainda na contramão da popularização do que vem a ser um chocolate bem produzido, reforçasse a sua facilidade de aderência na apreciação e não de exclusão dos sujeitos, a força do objeto valorado pelo desejo seria amplificada, evidenciado o seu caráter ocasional, não pertencente a um sistema. O chocolate passaria a ser compreendido com uma obra de processos inacabados, concluídos, somente, na relação com o outro. O sujeito da degustação seria mais capaz de ir além, pelo simples fato de estar em

contato, de se permitir aprazer na aderência a um outro sujeito, induzido por uma formulação de gosto (capacidade de apreensão apreciativa) e sabor (sensação gustativa).

Entre os regimes da significação ou da inteligibilidade, e do sentido ou da sensibilidade, tem-se então dois modos de compreender uma composição chocolateira: um primeiro modo que disjunta para colocar em conjunção, tratando da exclusividade do simulacro do chocolate como objeto de valor. E um segundo, que une para fazer sentir e viver na individuação, uma experiência estética compartilhada no íntimo de um, proveniente de um Outro, de onde não é possível sair ileso ou permanecer como se foi posto em relação, mas, sim, carregando um pouco do gosto desse outro, num estreitamento entre a própria natureza e a cultura alheia, moldada a partir daquilo que se foi capaz de perceber e sentir.

6. BIBLIOGRAFIA

APCFE – Associação dos Profissionais do Cacau fino e Especial. Site disponível em: <http://www.apcfe.com>. Acesso em maio 2008.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria Semiótica do Texto*. São Paulo: Ática, 2005.

_____. Gosto bom, gosto ruim. In: *O gosto da gente, o gosto das coisas*. Educ: São Paulo. 1997.p.163-176

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Trad. Rita Buongiorno e Pedro de Souza. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand, 1993. 9ª ed.

BASTIDE, Françoise. *Una notte com Saturno: Scritti semiotici sul discorso scientifico*. Roma: Meltemi, 2001.

BASTIDE. R. *Brasil, terra de contrastes*. São Paulo, Difel, 1959.

BAZILI, Chirley; RENTERÍA, Erico; DUARTE, José Carlos; FRANCISCATTI, Kety Valéria Simões; ANDRADE, Leandro Feitosa; e RALA, Luiz Antônio. *Interacionismo simbólico e teoria de papéis: uma aproximação para a psicologia social*. São Paulo: EDUC, 1998.

BERTRAND, Denis. *Caminhos da Semiótica Literária*. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme. *A Fisiologia do Gosto*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

BRUINSMA, Kristen e TAREN, Douglas L. CHOCOLATE: FOOD OR DRUG? *Journal of the American Dietetic Association*, EUA, 1999.

CARNEIRO, Henrique. *Comida e Sociedade: Uma história da Alimentação*. Campus: Rio de Janeiro, 2003.

COADY, Chantal. *Les meilleurs chocolats & chocolatiers*. Traduction: Denis-Armand Canal. Editions Hermé: Paris, 1995.

CONSTANT, Christian. *Le Chocolat: Du nectar à l'ambrosie*. Paris: Nathan, 1988

DÓRIA, Carlos Alberto. *Chocolate sempre renasce das cinzas*. In: *Trópico*. [Online] Uol, 14 de junho de 2007. [Citado em: 2 de 1 de 2009.] <http://pphp.uol.com.br/tropico>.

_____. *Estrelas no céu da boca*. São Paulo : Senac, 2006.

_____, ATALA, A. *Com unhas, dentes e cuca : prática culinária e papo-cabeça ao alcance de todos*. São Paulo : Senac, 2008.

DOUTRE-ROUSSEL, Chloé. *The Chocolate Connoisseur*. New York: Pinguin Books, 2006.

FLOCH, J. -M. *Sémiotique, marketing e communication*. 2. ed., Paris: PUF, 1995.

_____. *Diário de um bebedor de Cerveja*. In: "O GOSTO DA GENTE, O GOSTO DAS COISAS". Educ: São Paulo. 1997.

FIORIN, J.L. *Elementos da análise do discurso*. São Paulo: Ática, 1995.

_____. *Imagens, signos, figuras, A abordagem semiótica da imagem*. Porto: Cruzeiro Semiótico, n.3, 1985.

_____. *Em busca do sentido: Estudos discursivos*. São Paulo: Contexto, 2008.

GREIMAS, A. J. *Da imperfeição*. Trad. port. A.C. de Oliveira. São Paulo: Hacker, 2002.

_____. *Sobre o sentido: ensaios semióticos*. Trad. A.C. Cruz Cezar. Petrópolis, Vozes, 1975.

_____. *A sopa ao "pistou"*. Tradução de E. Lopes Modesto.

_____, COURTÉS, J. *Dicionário de semiótica*. Vários Tradutores. São Paulo: Contexto, 2008.

HORKHEIMER, Max e ADORNO, Theodor. *O Iluminismo como Mistificação da Massa*. In: "Teoria da Cultura de Massa" (org. Luiz Costa Lima). Rio de Janeiro: Saga, 1969

HOUAISS, Antonio. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva. 2004.
<http://houaiss.uol.com.br>

LANDOWSKI, E. *A sociedade refletida: Ensaio de Sociosemiótica I*. Trad. E. Brandão, Campinas: EDUC-PONTES, 1991.

_____. *Presenças do outro*. Ensaio de Sociosemiótica II, trad. M. Amazonas, São Paulo: Perspectiva, 2002.

_____. *O Olhar Comprometido*. In: Revista Galáxia nº3, trad. A. C. de Oliveira, M. da Vinci de Moraes. São Paulo: 2001, pp.19-56

_____. *Por uma semiótica sensível*. Educação & Realidade. Porto Alegre : UFRGS, Faculdade de educação, v.30,n.2, (jul. 2005), p. 93-106 (BR-IIUSC) 47460

_____. *Aquém ou além das estratégias, a presença contagiosa*. Edições CPS. São Paulo: 2005.

LANDOWSKI, Eric; FIORIN, José Luiz (eds). *O Gosto da gente, o gosto das coisas*. São Paulo: EDUC, 1997.

LANDOWSKI, E. & OLIVEIRA, A.C.(orgs). *Do inteligível ao sensível*. São Paulo: EDUC, 1995.

LASWELL, H.D. *A estrutura e a função da comunicação na sociedade*. In: *Comunicação e Indústria Cultural* (org. Gabriel Cohn). São Paulo. Companhia Editora Nacional, 1977.

LOTMAN, Iuri. *Para la construcción de una teoría de la interacción de las culturas: El aspecto semiótico*. In: *La Semiosfera I* . Madri: Cátedra, 1996.

MEAD, G.H. *Mind, Self, and Society*. Ed. by C. W. Morris. University of Chicago Press, 1934.

MORIN, Edgar. *O Método III: O Conhecimento do Conhecimento*. Trad. Juremir Machado da Silva, 1ª. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2000.

_____. *O Método IV: As Idéias, Habitat, vida, costumes, organização*. Trad. Juremir Machado da Silva. 3ª. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

OLIVEIRA, Ana Claudia de; LANDOWSKI, Eric. *Entre o social e o estético: Análise de campanhas publicitárias de cerveja*. In: “VIII Caderno de Discussão do Centro de Pesquisas Sociosemióticas”. CPS: São Paulo, 2002.

OLIVEIRA, Ana Claudia de (Org.). *Semiótica Plástica*. São Paulo: Hackers, 2004.

PINHEIRO, Amálio. *Aquém da Identidade e da Oposição: Formas na cultura mestiça*. Piracicaba: UNIMEP, 1995.

_____(org.). *Introdução em Comunicação & Cultura: Barroco e Mestiçagem*. Campo Grande/MS: UNIDERP, 2006.

_____. *Mídia e mestiçagem em Comunicação & Cultura: Barroco e Mestiçagem*. Campo Grande/MS: UNIDERP, 2006.

REDÓN, Josep Muñoz. *A Cozinha do Pensamento: Um convite para compartilhar uma boa mesa com filósofos*. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

ROSEMBLUM, Mort. *Chocolate: Uma saga agridoce preta e branca*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006. – (Prazeres e Sabores)

THIS, Hervé. *Um Cientista na Cozinha*. São Paulo: Ática, 2001. 4ª ed.

THIS, Hervé. A NOVA FISILOGIA DO GOSTO. In: “A ciência na cozinha”. *Scientific American Brasil*. Duetto: São Paulo, 2007. Vol. 1, 2 e 3.

WILEY, Norbert. *O Self Semiótico*. São Paulo: Loyola, 1996.

Entrevista e Artigos on-line

DUARTE-PLON, Leneide. A Europa mestiça – Entrevista com Serge Gruzinski. *Revista Trópico*, set. 2008. Disponível em: <<http://p.php.uol.com.br/tropico>> Acesso em: 19 setembro 2008.

OLIVEIRA, Ana Claudia. *Comunicação e Produção Semiótica do Sentido*. Disponível em: www.compos.org.br Acesso em 14 maio 2009.

_____. *Sabor de Sabor Pão de Açúcar, à luz da semiótica*. 2003 - 2003 - XII COMPÓS: Recife/PE GT - Produção de Sentido nas Mídias. Disponível em: <<http://www.compos.org.br>> Acesso em 14 maio 2009.

PINHEIRO, Amálio. Por entre Mídias e Artes, a Cultura. *Revista Ghrebh*– Revista brasileira de ciência da comunicação e da cultura e de teoria da mídia, nov. 2004. Disponível em: <<http://www.revista.cisc.org.br/ghrebh6/artigos/06amalio.htm>> Acesso em: 19 setembro 2008.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)