

Sabores, Saberes, Trabalho, Lazer: Relato sobre o “*Tour Chocolover*” na Fábrica de Chocolates Nestlé (Caçapava / SP)

Flavors, Knowledges, Work, Leisure: Narrative on the “Tour Chocolover” in Nestlé Chocolate Factory (Caçapava / SP)

Leandro Dias de Oliveira¹

RESUMO: Uma visita técnica na Fábrica de Chocolates Nestlé, em Caçapava (SP), permite compreender o capitalismo contemporâneo em suas novas dimensões simbólicas e possibilidades interpretativas, entendendo esta indústria como um lugar de “experiência”, com sabores, saberes, aromas, trabalho e lazer combinados.

PALAVRAS-CHAVE: Geografia da Indústria; Relato de Campo; “*Tour Chocolover*”.

ABSTRACT: A technical visit in the Nestle Chocolate Factory (Caçapava / SP) provides an understanding of contemporary capitalism in its symbolic dimensions and new interpretive possibilities, understanding this industry as a place of “experience”, with flavors, knowledge, aromas, work and leisure combined.

KEY WORDS: Geography of Industry; Reporting Field; “*Tour Chocolover*”.

Para Norminha, uma verdadeira *chocolover*, por tudo [...]

INTRODUÇÃO

Houve um tempo que visitar uma fábrica se tratava unicamente de compreender a conjugação da mecânica produtiva de transformação de matéria-prima em mercadoria combinada com a exploração do trabalho humano. Fábricas não eram lugares para serem visitados, pois *não* havia nada de turismo no cotidiano da fábrica. Por isso, ainda pode causar espanto observar um *outdoor* na entrada da Fábrica da Nestlé do município de Caçapava, no Médio Vale Paraíba Paulista, convidando aqueles que percorrem a Rodovia Presidente Dutra para visitar suas instalações. É sabido para os moradores vizinhos à fábrica que o aroma do chocolate, principalmente ao final da tarde, toma conta das cercanias.

¹ Professor Adjunto do Departamento de Geociências da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro UFRRJ, *campus* Seropédica. Licenciado em Geografia – UERJ /FFP. Doutor em Geografia – UNICAMP.

Desta maneira, nos dias 18 de agosto de 2012 e em 11 de janeiro de 2014, realizamos um “*Tour Chocolover*”, uma visita guiada pelas instalações da Fábrica da Nestlé, às margens da Rodovia Presidente Dutra (BR-116), na altura do município de Caçapava, no estado de São Paulo. *Tour Chocolover* é o nome, desde 2011, para este tipo de incursão à fábrica – as visitas às suas instalações se iniciaram em 2000. Esta incursão individual, na condição de professor universitário de Geografia Econômica e da Indústria, teve como objetivo central compreender este interessante paradoxo a respeito do “mundo da fábrica” na contemporaneidade: como o símbolo máximo da exploração do modo de produção capitalista – conforme descrito por autores com Karl Marx (2003), Friedrich Engels (2009), Eric Hobsbawm (2003) e Edward Thompson (1987), para citarmos somente referências de grande importância histórica – pode se transmutar em local de visitação turística, lugar de passeio de famílias e referência na paisagem de algo divertido e lúdico.

Figura 1 - Tour Chocolover – Loja da Fábrica Nestlé – Caçapava (SP)



Fonte: Foto do autor, em 11 de janeiro de 2014.

Esta reflexão se justifica pelo fato de que visitas escolares de nível fundamental e médio são comumente realizadas no decorrer da semana nas instalações da indústria em tela – apenas as sextas, sábados e domingos são voltados para incursões do público em geral – e, desta maneira, inúmeros discentes de diferentes idades conhecem o cotidiano deste estabelecimento. Assim, nossa intenção é oferecer neste trabalho uma possibilidade pedagógica bastante oportuna no campo da geografia – em particular no subcampo da Geografia Econômica e da Indústria –, desenvolvendo os diversos temas que transversalizam o fabrico do chocolate nos moldes desta empresa estudada.

Neste sentido este relato compreende uma análise das visitas às instalações Fábrica da Nestlé do município de Caçapava – SP. Este exame compreende alguns desdobramentos interpretativos, destacadamente: 1) o imaginário do chocolate, *recheado* de sentimentos positivos; 2) a disciplinaridade do mundo da indústria e a organicidade de um modelo produtivo, entre o fordismo e a acumulação flexível, em voga na periferia econômica mundial; e 3) o próprio fabrico do chocolate na fábrica, com sua dimensão econômica, histórica e simbólica.

Fábrica de Chocolates, Indústria de (e dos) “Sonhos”

Bombons como “Sonho de Valsa” (Lacta), “Serenata de Amor” (Garoto), “Mon Chéri” (Ferrero Rocher), caixas em formato de coração: o consumo de chocolate traz consigo um imaginário que remete ao *amor* e à *paixão*, conforme é comumente tratado em diversas músicasⁱ e inúmeros filmesⁱⁱ. Neste item, a produção de chocolate por si só já remete a algo lúdico, como uma espécie de Fantástica Fábrica de Chocolates *Wonka* do filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate” (*Charlie and the Chocolate Factory*), de Mel Stuart, de 1971 e refilmado em 2005 por Tim Burton, com Jonny Depp no papel do empresário Willy Wonka. Aliás, nome da principal marca de chocolates da Nestlé nos Estados Unidos, justamente inspirada no filme. Este filme, repleto de situações aparentemente excêntricas, não deixa dúvida: o chocolate não era apenas o resultado de um processo fabril, mas uma representação simbólica e gustativa, capaz de alimentar sonhos em uma realidade tão hostilⁱⁱⁱ.

Além de amor, o chocolate também tem forte associação com o calendário cristão, como a tradição de consumir ovos, bombons, coelhos e outras formas de chocolate na Páscoa – o segundo feriado cristão mais importante do ano no Brasil, após o Natal. A produção de ovos está vinculada ao (re) nascimento – o ovo como símbolo da vida! – e isto serve de mote para sua comercialização em larga escala. A anual “Operação Páscoa”, que envolve uma produção gigante de produtos correlatos à efeméride e a contratação anual de milhares de funcionários temporários, impacta diretamente na consolidação o Brasil como quarto maior mercado consumidor de chocolates do mundo, atrás apenas de Estados Unidos, Alemanha e Inglaterra^{iv} (BORSATO, 2009).

Ovos de chocolate, assim como bolos de aniversário e ceias de Natal, são alimentos capazes de demarcar eventos sociais (SANTELLE, 2008), dotados de história e cultura. O chocolate, particularmente, traz contribuições à história da cultura e das mentalidades, pois de bebida estranha dos indígenas da América Central ao seu consumo ocidentalizado (PORRO, 1997) emerge uma trajetória de argumentos para seu uso medicinal. Seu uso de maneira razoável seria revigorante e renovador [até mesmo afrodisíaco], e misturado a outros medicamentos – remetemos aqui particularmente ao intermezzo entre os séculos XVI

ao XIX (GRIVETTI, 2005) – seria capaz de tratar de males como disenteria e outros distúrbios estomacais. Louis Grivetti (2005), assim como Douglas Taren e Kristen Morris (2005), reiteram na contemporaneidade os efeitos do chocolate como alimento antidepressivo e causador de um bem-estar psíquico-corpóreo. No próprio sítio eletrônico da Nestlé do Brasil são informados os benefícios nutricionais do chocolate, referentes ao fato deste alimento ser importante fonte energética e conter substâncias flavonóides, antioxidantes que desempenham importante papel para a saúde do organismo, inativando radicais livres responsáveis pelo envelhecimento precoce.

Chocolate também simboliza *sofisticação*. Não precisa ser "*La Madeline au Truffe*", produzido pela *Knipschildt Chocolatie* e considerado o chocolate mais caro do mundo pela revista Forbes – cada bombom pesa 42 gramas e custa US\$ 250,00!^v – para que este vínculo seja possível: chocolates suíços, especialmente, mas também belgas, holandeses e ingleses são referências de “bom gosto”, assim como os produzidos em solo brasileiro em cidades como Gramado (RS), Penedo (RJ) ou Campos do Jordão (SP). Propagandas como do chocolate Ferrero Rocher [do grupo italiano Ferrero, com fábricas no Brasil em Curitiba-PR e Poços de Caldas – MG] remetem a esta atmosfera de luxo, requinte e elitização, e são geralmente ambientadas em recepções diplomáticas com os chocolates servidos em bandejas. A apreciação do chocolate de qualidade é também um exercício classista, um símbolo de *status* e poder. (SIMON, 2011).

Desta forma, ao se visitar uma fábrica de chocolates, não se pode negar o imaginário deste alimento. Mesmo assim, é importante asseverar que somente este capitalismo contemporâneo, com suas novas dimensões simbólicas e possibilidades interpretativas, seria capaz de fazer da fábrica um lugar de “experencição”, com sabores, saberes, aromas, trabalho e lazer combinados. Em um trabalho de campo na Fábrica de Chocolates da Nestlé – Caçapava torna-se possível pensar a Geografia Econômica e da Indústria a partir de vários sentidos, e por que não, compreender as diversas vicissitudes do capitalismo na atualidade.

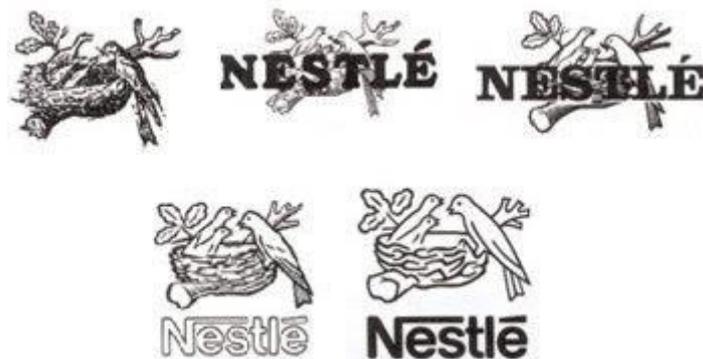
A Fábrica de Chocolates Nestlé de Caçapava – SP

A visitação à fábrica se inicia, conforme tradição neste tipo de *tour*, com um vídeo informativo; a seguir, perpassa os diferentes momentos do fabrico do chocolate, percorre o processo de empacotamento e lacre e se encerra em uma loja especializada nos diferentes tipos de tabletes de chocolate da Nestlé.

Figura 2 - Perspectiva da Loja da Fábrica Nestlé – Caçapava (SP)

Fonte: Foto do autor, em 11 de janeiro de 2014.

Logo no início somos apresentados à história da famosa marca no Brasil e no mundo. É apresentada a figura de Henry Nestlé, explicando que o mesmo foi responsável pela invenção do primeiro alimento infantil industrial do mundo, ainda no século XIX: a Farinha Láctea Nestlé, produzida hoje nacionalmente na unidade de Montes Claros. A empresa mantém o brasão da família Nestlé – um “ninho de passarinhos” – como símbolo da marca até os dias atuais.

Figura 3 - Evolução do símbolo da Nestlé

Fonte: Mundo das Marcas (2014).

Interessante perceber que a embalagem da farinha láctea Nestlé é produzida a partir de lâminas de aço oriundas da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN) em Volta Redonda, no Médio Vale Paraíba Fluminense, controlada por um pool de empresas após a privatização, e manufaturada na filial da Nestlé (empresa suíça que opera em mais de cem países, englobando Europa, América, Ásia, África e Oceania) da cidade mineira de Montes Claros. Trata-se da Nova D.I.T. (Divisão Internacional do Trabalho) em sua multiplicidade:

saberes, sabores, produtos, processos combinando diferentes países, dentro de uma hierarquia de desenvolvimento pré-estabelecida, mas com a ressalva de toda a engenharia descrita acontecer no território brasileiro. A hierarquização de conhecimentos está conjugada com as atuais expressões do imperialismo, remetendo à utilização do “saber” uma significação colonial (LANDER, 2005; PORTO-GONÇALVES, 2006; SAID, 2011), acrescentando que, curiosamente, a Nova Divisão Internacional do Trabalho ocorre paralelamente em escala mundial e também em escala local-regional.

Dentro das bases da economia (neo)liberal, a própria Nestlé pode ser incluída como um importante estudo de caso. Há mais de dez anos está envolvida judicialmente em um caso de cartelização-truste quando adquiriu a empresa brasileira de produção de chocolates Garoto, em 2002, que detinha, no momento da compra, 22% do mercado brasileiro de chocolates. Ela era, e ainda é, responsável por marcas de grande sucesso, como o bastão de chocolate “Batom” e o bombom “Serenata de Amor”. À época dos fatos, apenas três concorrentes detinham parcela significativa do mercado de chocolates sem solo nacional: Nestlé, Garoto e Lacta. O caso arrasta-se de maneira indefinida até o presente momento, pois apesar de não ter havido aprovação do CADE (Conselho Administrativo de Defesa da Concorrência) pelo receio de colocar em risco a livre concorrência no setor, há uma preocupação expressa com o fechamento das fábricas Garoto – caso a resposta jurídica seja de quebra da concentração de mercado –, que geraria desemprego e outros impactos econômico-sociais em diferentes escalas (BOUÉRES, 2013; MANSOLDO, 2010)

⁶.

Continuando a visita, a preleitora explica que, em território brasileiro, apenas no ano de 1921 as atividades foram iniciadas em Araras, cidade do interior paulista. A Fábrica de Caçapava, responsável atualmente por 100% do chocolate brasileiro e que também produz para exportação para a América Latina, só seria inaugurada em 1971. Em 1980, ocorreu a inauguração da fábrica em Itabuna, na Bahia, voltada para seleção, limpeza e refino do cacau, nas proximidades de seu pólo produtivo. Um clássico fator locacional das indústrias – proximidade das matérias-primas (WEBER, 1969) – ainda possui grande força na contemporaneidade.

À medida que caminhamos pelo estratégico corredor de visitação, somos apresentados aos tipos de tabletes produzidos na fábrica, e a origem das principais sub-marcas: inicialmente, em 1957, são incorporados os chocolates brasileiros *Alpino* e *Granado* (cuja produção foi descontinuada); em 1960 é iniciada a produção do *Galak*; em 1961 do *Prestígio* (um tablete de chocolate com coco, remetendo à cultura brasileira); em 1974, *Chokito*; em 1982, *Lollo* (a expositora-guia do percurso ressaltou o relançamento); em 1983, o chocolate *Surpresa* (famoso pela fotografias contidas na embalagem sobre espécies

animais da fauna brasileira e mundial); em 1985, *Charge*; em 1988, *Suflair*; e em 1991, *Smash*.

É importante ressaltar que praticamente não há manipulação do chocolate que está sendo produzido por nenhum funcionário, sendo toda a linha feita exclusivamente por máquinas (das linhas AASTED e KAVEN, devidamente setorizadas), o que implicou, evidentemente, em uma redução drástica da mão-de-obra empregada na fábrica. Atualmente são apenas 1500 funcionários, sendo 1200 vinculados à Nestlé e 300 terceirizados. Entre estes 1200 funcionários Nestlé, aqueles que utilizam uniforme branco lidam com a linha de produção do chocolate, atuando no encaixotamento, mantendo a higiene do local e recarregando bobinas, caixas e outros materiais necessários. Aqueles que usam uniforme azul trabalham na manutenção do extenso maquinário da linha de produção e os terceirizados portam uniformes de diferentes cores alternativas a estas. As diferentes cores atuam no controle e disciplina dos corpos (FOUCAULT, 1987) mantendo sob vestes de diferentes matizes uma setorização cromática para o trabalho desenvolvido na fábrica. Enquanto nosso grupo, os “*chocolovers*”, passeava pelos corredores envidraçados, os funcionários erguiam o chocolate que estava na linha de produção, oferecendo uma ideia de prazer, lazer, satisfação. Em meio ao cotidiano proletário, uma mistura contemporânea de trabalho e lazer, de obrigação e liberdade. Se Ricardo Antunes (2006) relata a desfaçatez do trabalho como alegoria em shopping centers e hipermercados, não chega a ser surpreendente perceber que no mundo da fábrica também isto ocorra.

Em meio a este processo de observação das instalações, do maquinário e do método de produção do chocolate, é feita uma exposição, através de quadros inteligentes e narração distribuída pelas caixas de som dos ambientes, da história do chocolate. Resumidamente, o uso do cacau – cujo nome científico é *Theobroma cacao* (“Alimento dos Deuses”) – advém de uma tradição asteca e também maia (Livia de OLIVEIRA, 2012), onde o chocolate era consumido através de uma bebida de sabor amargo, o “*xocolatl*”, tão valorosa que, segundo a preleitora, Montezuma teria oferecido a Cortez como um presente ao ilustre visitante. Se anteriormente ressaltamos o domínio cultural sob as vestes do imperialismo, há nesta subversão de saberes/sabores um evidente parentesco teórico: a alienação e aprimoramento científico dos saberes tradicionais pelo conhecimento técnico, algo tão comum nos dias atuais quando lembramos as tensões oriundas do mercado de patentes (IADEROZZA, 2007; OLIVEIRA, 2011; PORTO-GONÇALVES, 2008; RODRIGUES, 1998; SANTOS, 1998). Somente no final do século XIX é acrescido leite ao chocolate produzido pela Nestlé, para que se chegasse a um sabor semelhante ao atualmente comercializado, “docilizando” a experiência da apreciação do chocolate.

Converso com a expositora sobre o turismo na indústria. O chocolate como “atração turística”, assim como ocorre em Gramado e Campos do Jordão, é vinculado a empresas

menos tecnológicas e mais artesanais em seu fabrico, com produção em menor escala. Neste caso, há algo diferente, uma modalidade interessante somente pensada nos dias atuais: um turismo de fábrica! Onde o fenômeno turístico extravasa o comércio de paisagens naturais simbólicas, históricas, culturais, naturais, exóticas e atinge o cotidiano em suas múltiplas formas. A expositora relata a constância das visitas escolares à fábrica, de segunda a quinta-feira (dias reservados apenas a este tipo de visita agendada), em vários turnos com grupos de 40 alunos. O lazer e o trabalho interpenetram-se neste mundo atual. Desta maneira, elementos típicos de museus são inseridos nos corredores, como um antigo maquinário – chamado sinteticamente de *concha* – então responsável por fazer a massa de chocolate. O que com esta antiga concha levava-se cerca de uma semana, atualmente, com maquinário avançado se faz entre 12 e 48 h, dependendo da especialidade.

Em meio ao aroma de chocolate em todo o percurso, são apresentadas algumas questões interessantes: 1) o esmiuçamento da produção de chocolate que consiste em um processo técnico Refinagem – Conchagem (para melhor formação de sua textura e sabor) – Temperagem (onde é dado o toque final no chocolate produzido, através das mudanças de temperaturas); 2) a rápida exposição teórica sobre o Plano de Cacau (The Cocoa Plan) da Nestlé, para fornecimento com padrão “sustentável” desta matéria-prima, que envolve um controle do modelo produtivo de comunidades locais em escala global até um processo de expansão cultural do chocolate – algo próximo a uma “Geopolítica do Chocolate”!; 3) o detalhamento da produção científica do CCE (Centro de Excelência do Chocolate, Suíça), que é a matriz técnico-intelectual dos produtos Nestlé e mantém contato com o *California Art Center* (*Art Center College of Design*, Estados Unidos) e a ECAL (*Universidade de Arte e Design* de Lausanne, Suíça), em uma rede de trocas de conhecimento; e 4) a indicação de que a unidade da Nestlé em Caçapava adota os princípios da sustentabilidade ecológica, e realiza o tratamento de todo o líquido despejado no Rio Paraíba do Sul, que nasce no Médio Vale Paraíba Paulista e corta todo o estado do Rio de Janeiro, onde cerca de 80% da carga de contaminação é proveniente da CSN anteriormente citada (OLIVEIRA, 2006).

Após cerca de 1h30 a visita chega ao final, quando experimentamos deste chocolate produzido nesta indústria – cujo sabor agrega saberes, trabalho e lazer, e ainda lições sobre história, geopolítica e sustentabilidade ambiental – e a seguir somos conduzidos à Loja de Chocolates da fábrica. Assim, os visitantes são defrontados não somente com este modelo de fábrica emergente: *clean*, sustentável, com mão-de-obra reduzida e flexível (HARVEY, 1992), portando um sistema integrado de visita turística e venda de produtos, mas com um mundo impossível de ser compreendido sem a utilização de todos os sentidos. Se o “mundo da fábrica”, configurado pela hostilidade entre patronato e operariado, recebe em tempos atuais um reestilização, torna-se evidente que o incessante aroma do chocolate da

fábrica de Caçapava cria uma necessidade de interpretação geográfica subjetiva, que conjuga uma percepção para além da interpretação da paisagem. Afinal, os visitantes inebriados pelo incessante aroma do chocolate parecem esquecer completamente da mais-valia como método de expropriação de riquezas.

Considerações Finais

Vivemos tempos de reestruturação econômica e espacial que devem ser analisadas de maneira entrelaçada: econômica, com a emergência de um novo modelo produtivo (HARVEY, 1992; HOOVELT, 1997, entre outros) e as diversas mutações na própria economia política com o alargamento interpretativo do sistema estatocêntrico westphaliano; e espacial, numa nova cadeia de cidades-força e uma miríade de redes (des)territorializadas de mercadorias, pessoas, informações e tecnologia (HAESBAERT, 2004). Todavia, neste capitalismo industrial-financeiro como assevera François Chesnais (1996, p. 241), “os capitais que se valorizam na esfera financeira nasceram e continuam nascendo no setor produtivo”. Não se trata tão somente do alargamento das bases espaciais e a emergência de novos modelos produtivos, nem tampouco a simples evolução do fordismo para um regime de acumulação flexível (HARVEY, 1992) ou “ohnoísmo”, “toyotismo”, “neofordismo”, entre tantos outros qualificativos, mas sim de uma renovação ideológica da indústria contemporânea, que ora se oculta. As gigantescas plantas fabris submergem em áreas menos visíveis ao cotidiano da metrópole e das grandes cidades (em verdadeiros esconderijos espaciais), ora se adapta e se propõe menos opressora para com a natureza, ou mais palatável à coexistência societária dos novos tempos.

Desta maneira, a prática da Geografia Econômica e da Indústria exige novas metodologias, capazes de captar as mudanças do mundo contemporâneo: primeiramente, seu ritmo analítico deve ser capaz de compreender o imediato, o fugaz, os ritmos virtuais dos superfluxos globais, e não uma leitura da economia espacial em moto-contínuo como numa fábrica clássica; da mesma forma, seu cabedal teórico deve compreender as severas transformações no mundo da indústria e do trabalho, em suas propagandas, simbologias e capacidade produtiva. Isto não significa remeter a um relicário conceitual a prática tradicional deste subcampo disciplinar, mas ao contrário: reforçar seus alicerces teórico-metodológicos, sem perder de vista a fugacidade da história e as metamorfoses do mundo em que vivemos.

Assim, visitar didaticamente uma fábrica de chocolates, como a Nestlé na cidade de Caçapava, permite justamente conciliar o prazer de apreciar o chocolate – um alimento recheado de signos, força econômica e sofisticação, além de verdadeiramente delicioso. E sem perder de vista a essência explicativa do modo de produção capitalista, com a exploração do trabalho, as cadeias comerciais e produtivas, a arte da propaganda e do

marketing e a capacidade de auferir lucros. O amargo do chocolate-mercadoria está na sua capacidade de alimentar sonhos em um mundo não exatamente propício a utopias.

Agradecimentos:

Este artigo é fruto das investigações desenvolvidas no âmbito do Grupo de Pesquisa “Reestruturação Espacial Contemporânea”, vinculado ao Departamento de Geociências da UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Agradecemos o apoio financeiro da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro – FAPERJ, através da modalidade de Auxílio-Instalação concedido ao autor, que permitiu que trabalhos como este fossem realizados.

O autor agradece a atenção de todos os funcionários responsáveis pelo agendamento, visita e exposição metodológica do processo de confecção do chocolate. Dotados de grande conhecimento sobre o tema, tornaram a visitação uma grande aula de geografia do mundo.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo. Cenas do trabalho no Brasil. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 2 mar. 2006. Disponível em: <http://www.lpp-buenosaires.net/outrobrasil/exibir_artigos_entrevistas.asp?id_sub_artigo=164&id_artigo=1>. Acesso em: 24 ago. 2012.

BORSATO, CÍNTIA. Mais ovos do que nunca. **Veja**, São Paulo, edição 2107, 8 abr. 2009. Disponível em:<http://veja.abril.com.br/080409/p_092.shtml>. Acesso em: 10 jun. 2014.

BOUÉRES, Valéria. O papel do CADE e sua intervenção diante da fusão Nestlé/Garoto. **Boletim Jurídico**, Uberaba, ano 5, n. 1110, out. 2013. Disponível em: <<http://www.boletimjuridico.com.br/doutrina/texto.asp?id=2813>>. Acesso em: 8 ago. 2014.

CASAQUI, Vander; CHIACHIRI, Antonio Roberto. Estética e Sedução do Marketing: Uma Análise do Filme “A Fantástica Fábrica de Chocolate”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais....** Santos: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <http://www.academia.edu/1498247/Estetica_e_Seducacao_do_Marketing_Uma_Analise_do_Filme_A_Fantastica_Fabrica_de_Chocolate_>. Acesso em: 8 ago. 2014.

CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

ENGELS, Friedrich. **The Condition of the working class in England**. Oxford: Oxford University Press, 2009.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: história da violência nas prisões. Petrópolis: Vozes, 1987.

GAROTO. **Visite a fábrica**. Disponível em: <<https://www.garoto.com.br/visite-fabrica.php>>. Acesso em: 10 jul. 2014.

GRIVETTI, Louis E. From aphrodisiac to health food: a cultural history of chocolate. **Karger Gazette**: Chocolate, Basel, n. 68, Nov. 2005. Disponível em: <<http://misc.karger.com/gazette/gazette68.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2014.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1992.

HOBSBAWM, Eric J. **Da revolução industrial inglesa ao imperialismo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

HOOGVELT, Ankie. **Globalization and the post colonial world**: the new political economy of development. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997.

IADEROZZA, Fábio. E. O Consenso de Washington e o debate sobre o sistema de patentes no Brasil da década de 1990: a privatização da biodiversidade nacional. In: RODRIGUES, A. M. (Org.). **Problemática ambiental urbana**: abordagens contemporâneas. Campinas: IFCH / UNICAMP, 2007. (Textos Didáticos, n. 63).

LANDER, Edgardo. Ciências sociais: saberes coloniais e eurocêntricos. In: LANDER, Edgardo. (Org). **A colonialidade do saber**: eurocentrismo e ciências sociais. Buenos Aires: Perspectivas latino-americanas, set. 2005. (Colección Sur Sur, CLACSO).

MANSOLDO, Felipe Fayer. Revisão judicial de atos administrativos: considerações sobre o interminável caso Nestlé-Garoto. **Revista da Associação Mineira de Direito e Economia**, Belo Horizonte, v. 3, 2010. Disponível em: <<http://www.revista.amde.org.br/index.php/ramde/article/view/29/27>>. Acesso em: 8 ago. 2014.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política. O processo de produção do capital. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. Livro 1, 2 v.

MUNDO das Marcas: Nestlé. Disponível em: <http://2.bp.blogspot.com/-wzwKk-dnK6k/Tb9BSgfGHtI/AAAAAAAAAmUs/xSb1QAY6U0k/s1600/nestle%2BLogos.jpg>. Acesso em: 10 maio 2014.

NESTLÉ Faz Bem. Disponível em: <www.nestle.com.br/>. Acesso em: 10 maio 2014.

OLIVEIRA, Leandro Dias de. **A Construção do desenvolvimento sustentável na cidade de volta redonda**: um estudo sobre reestruturação do território e ideologia, 2006. 204 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Departamento de Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, 2006.

_____. **A geopolítica do desenvolvimento sustentável**: um estudo sobre a Conferência do Rio de Janeiro (Rio-92). 2011. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade de Campinas, Campinas.

OLIVEIRA, Lívia. Sabor: identidades cultural e alimentar de Astecas e Maias. In: **Geograficidade**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 50-57, 2012.

PORRO, Antonio. Cacau e chocolate: dos hieróglifos à cozinha ocidental. **Anais do Museu Paulista**, v. 5, n. 1, p. 279-284, jan./dez. 1997. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/anaismp/v5n1/10.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2014.

PORTO-GONÇALVES, C. W. **A globalização da natureza e a natureza da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

_____. Temporalidades amazônicas: uma contribuição à ecologia política. In: **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, n. 17, p. 21-31, jan./jun. 2008.

RODRIGUES, Arlete Moysés. **Produção e consumo do e no espaço**: problemática ambiental urbana. São Paulo: Hucitec, 1998.

SAID, Edward W. **Cultura e imperialismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SANTELLE, Odete. Antropologia e alimentação. **Saúde Coletiva**, n. 5, n. 26, p. 231, jan./fev. 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84202602>>. Acesso em: 15 maio 2014.

SANTOS, Laymert G. Tecnologia, natureza e “redescoberta” do Brasil. In: ARAÚJO, H. R. (Org.). **Tecnociência e cultura**: ensaios sobre o tempo presente. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

SIMON, Cris. Os 5 chocolates mais luxuosos do mundo: exclusivos, caros e requintados, iguarias levam ingredientes excêntricos e até pó de ouro como cobertura. **Exame.com**, São Paulo, 15 jun. 2011. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/os-5-chocolates-mais-luxuosos-do-mundo#1>>. Acesso em: 10 jun. 2014.

TAREN, Douglas; MORRIS, Kristen. Chocolate, brain metabolism, and mood. **Karger Gazette**: Chocolate n. 68, Basel, Nov. 2005. Disponível em: <<http://misc.karger.com/gazette/gazette68.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2014.

THOMPSON, Edward P. **A formação da classe operária inglesa**: a árvore da liberdade. São Paulo: Paz e Terra, 1987. v. 1.

VINHA, Terezinha Camargo Pompeo; BRITO, Arlete de Jesus. As diferentes conotações do alimento nos filmes e na mídia: suas implicações no processo de construção da identidade social e leitura de mundo. In: SEMINÁRIO SOBRE LINGUAGENS: POLÍTICAS DE SUBJETIVAÇÃO: EDUCAÇÃO, 7., 2011, Rio Claro. **Anais...** Rio Claro: UNESP / Instituto de Biociências, 2011.

WEBER, Alfred. **Theory of the location of industries**. Chicago: University of Chicago Press, 1969.

Recebido em 22/12/2012

Aceito em 11/08/2014

-
- ⁱ “*Amor de Chocolate*”, do cantor Naldo, é o exemplo mais atual das diversas músicas produzidas sobre este tema, que agregam de Tim Maia ao antigo grupo infantil Trem da Alegria, se focarmos apenas em exemplos de canções nacionais.
- ⁱⁱ Lembremos os romances “Chocolate” (*Chocolat*; Estados Unidos, 2000, com direção de Lasse Hallström) e “Lições de chocolate” (*Lezioni di cioccolato*; Itália, 2007, com direção de Claudio Cupellini), assim como o drama “Como Água para Chocolate” (*Como agua para chocolate*, México, 1992, com direção de Alfonso Arau). Este último é baseado em livro homônimo de autoria de Laura Esquivel (1989), em que o título remete à fervura necessária da mistura da água para fazer o chocolate, simbolizando o amor, a paixão, a catarse da protagonista Tita.
- ⁱⁱⁱ Este filme, baseado na obra literária “*Charlie and the Chocolate Factory*” do escritor galês Roald Dahl (1964), é deveras complexo em suas duas versões, seja pelo visual fantástico e psicodélico, seja pelas ideias que são desenvolvidas no decorrer da película: a dualidade entre o excêntrico e mesquinho Willy Wonka e o humilde e honesto Charlie Bucket; a difícil relação de excessiva permissividade dos pais das crianças da história; uma concepção pré-determinista de condição de pobreza (VINHA; BRITO, 2011), onde o garoto-protagonista só conseguiria mudar suas condições por meio da sorte e da esperança em satisfazer um sonho. No filme, entre cachoeiras de chocolates como extrema produção signica (CASAQUI; CHIACHIRI, 2007), ideias de destino e pobreza são realçadas, e se evidenciam os baixos salários típicos de trabalhadores fiéis a uma profissão e disciplinados, que constituem uma classe explorada em nome da produtividade no sentido capitalista (VINHA, BRITO, 2011).
- ^{iv} Ver: http://veja.abril.com.br/080409/p_092.shtml.
- ^v Ver: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/os-5-chocolates-mais-luxuosos-do-mundo#1>.
- ⁶ A fábrica de chocolates Garoto, situada em Vila Velha (ES), também abre suas portas para visitação, incluindo no itinerário da “Chocotour” a Loja Garoto e o Museu. Ver: <https://www.garoto.com.br/visite-fabrica.php>.