

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

MARCELLA SULIS

AS RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE CONTEMPORÂNEAS: O CHOCOLATE E SEUS SIGNIFICADOS

São Paulo
2022

MARCELLA SULIS

As Relações de Hospitalidade Contemporâneas: O Chocolate e Seus Significados

Tese apresentada à Banca Examinadora como exigência parcial para a obtenção do título de Doutora em Hospitalidade, na linha de pesquisa Dimensões e Contextos da Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação da Professora Dra. Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes-Minasse.

São Paulo
2022

Sulis, Marcella
AS RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE CONTEMPORÂNEAS: O
CHOCOLATE E SEUS SIGNIFICADOS / Marcella Sulis.- 2022.
122 p.; 30 cm

Orientadora: Maria Henriqueta Sperandio Garcia
Gimenes-Minasse
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Maria, Centro de Artes e Letras, Programa de Pós-Graduação
em Administração, RS, 2022

1. Hospitalidade 2. Chocolate 3. Contextos de
hospitalidade 4. Significados 5. Sentimentos I.
Sperandio Garcia Gimenes-Minasse, Maria Henriqueta II.
Título.

MARCELLA SULIS

AS RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE CONTEMPORÂNEAS: O CHOCOLATE E SEUS SIGNIFICADOS

Tese apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Doutora em Hospitalidade, na linha de pesquisa Dimensões e Contextos da Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação da Professora Dra. Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes-Minasse.

Aprovado em ____ / ____ / ____

Profa. Dra. Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes-Minasse / Universidade Anhembi Morumbi

Profa. Dra. Sênia Regina Bastos / Universidade Anhembi Morumbi

Profa. Dra. Simone Barakat / Universidade Anhembi Morumbi

Profa. Dra. Olga Maria Coutinho Pépece / Universidade Estadual de Maringá

Profa. Dra. Rafaela Almeida Cordeiro / Escola Superior de Propaganda e Marketing

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Claudio e Marilda por sempre me incentivarem a continuar estudando. À querida professora e orientadora Marie, obrigada pela parceria e, especialmente, pelo acolhimento durante o doutorado, seja nas disciplinas e também por ter sido minha orientadora; Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, à bolsa de estudos, em especial aos atenciosos funcionários, à estrutura e ao apoio para o desenvolvimento do doutorado. Agradeço aos membros da banca pelas contribuições e gentileza de participarem desta etapa; À minha irmã Carolina pelo companheirismo, amor e pela ajuda em todos os momentos da vida.

Agradeço às professoras da banca de qualificação: Professora Dra. Olga Pépece, Professora Dra. Sênia Bastos e Professora Dra. Simone Barakat, por terem dado todo aporte necessário nas etapas seguintes da pesquisa; Aos queridos amigos que fiz durante o doutorado: Rafael Ferro, Bruna Mendes, Lisandra Lavoura, Pércia Helena, Mariana Lopes, enfim, todos que compartilharam os bons momentos e as trocas, tão fundamentais neste processo. Obrigada aos professores do PPGH pelas aulas, pelos ensinamentos e por contribuírem com o percurso do aprendizado.

Agradeço ao Moacir, companheiro, namorado e amigo, obrigada por todo apoio e carinho. Agradeço aos colegas de trabalho do curso de Gastronomia da UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) pela compreensão, incentivo e apoio durante meu afastamento para capacitação; Agradeço a todos que se disponibilizaram em participar da pesquisa, doando suas memórias, compartilhando as experiências de suas vidas, concedendo entrevistas e seus diários, sem esse apoio este trabalho não seria possível; Agradeço a todas as amigas que entenderam minha ausência e me ajudaram, em especial à minha amiga Sula Santana, por ter incitado questões importantes dentro da alimentação e da hospitalidade brasileira.

Por fim, este trabalho não seria possível sem a troca com os depoentes, amantes e admiradores de chocolate, que disponibilizaram seu tempo para escrever o diário e conversaram comigo durante horas, muito obrigada por essa doação e entrega. Enfim, agradeço a todos que de alguma forma se relacionaram comigo, apoiando e incentivando esta jornada.

“É somente ao encontrar o outro que eu presencio a mim mesmo.”

(Emmanuel Levinas)

RESUMO

No mundo contemporâneo em que a urbanidade e o estilo de vida promovem o encontro com desconhecidos de forma mais recorrente do que o convívio com conhecidos, a noção da hospitalidade é necessária como meio de suspender a hostilidade com o outro no cotidiano. Partindo dos conceitos sobre a hospitalidade e a dádiva, enquanto bases fundantes das relações humanas, a pesquisa aborda o papel do chocolate nas relações de hospitalidade contemporâneas. Tem como objetivo geral compreender as relações de hospitalidade sob influência do chocolate. Mediante um estudo interpretativo, com abordagem hermenêutica, a análise de 29 diários e quatro entrevistas em profundidade resultou em oito contextos de hospitalidade associados ao chocolate: comensalidade, presentear, contratos e favores, encontros sociais, ritual, aproximação, conflito e frustração, individualismo e interesse pessoal. A interpretação de tais contextos identificou que as relações de hospitalidade associadas ao chocolate podem ser influenciadas positivamente, instituindo, aproximando ou redefinindo vínculos sociais e, envolvem reciprocidade, compartilhamento, troca, obrigação moral, distinção, aproximação, entretanto, podem ocasionar a frustração e evidenciar contextos de hostilidade. A pesquisa destacou como a importância da perspectiva sensível ao contexto pode facilitar a compreensão da hospitalidade na contemporaneidade, visto a interculturalidade existente nas sociedades atuais. Nesse sentido, o chocolate pode exercer múltiplas funções, simbolizando um elemento mediador dessas relações de hospitalidade. Os resultados forneceram *insights* para compreender a hospitalidade a partir da perspectiva da abertura ao outro como algo indissociável da cultura e da comunicação humana. Verificou-se que o uso de diários como ferramenta para pesquisas em hospitalidade possibilitou extrair de uma série de fenômenos cotidianos e detalhes contextuais que envolvem elementos de interesse. As motivações, sentimentos e significados das relações associadas ao chocolate evidenciaram a hospitalidade como uma forma de se comunicar em sociedade, por meio de ritos, regras e comportamentos assimilados culturalmente.

Palavras-chave: Hospitalidade; Chocolate; Contextos de hospitalidade; Significados; Sentimentos.

ABSTRACT

In the contemporary world where urbanity and lifestyle promote encounters with strangers more recurrently than socializing with acquaintances, the notion of hospitality is necessary as a means of suspending hostility towards the other in everyday life.

Starting from the concepts of hospitality and giving, as foundational bases of human relationships, the research addresses the role of chocolate in contemporary hospitality relationships. Its general objective is to understand the hospitality relationships under the influence of chocolate. Through an interpretive study, with a hermeneutic approach, the analysis of 29 diaries and four in-depth interviews resulted in eight contexts of hospitality associated with chocolate: commensality, giving, contracts and favors, social meetings, ritual, approximation, conflict and frustration, individualism and personal interest. The interpretation of such contexts identified that the hospitality relationships associated with chocolate can be positively influenced, establishing, approaching or redefining social bonds and involve reciprocity, sharing, exchange, moral obligation, distinction, approximation, however, they can cause frustration and evidence contexts of hostility. The research highlighted how the importance of the context-sensitive perspective can facilitate the understanding of hospitality in contemporary times, given the interculturality that exists in today's societies. In this sense, chocolate can have multiple functions, symbolizing a mediating element in these hospitality relationships. The results provided insights to understand hospitality from the perspective of openness to the other as something inseparable from human culture and communication. It was found that the use of diaries as a tool for research in hospitality made it possible to extract from a series of everyday phenomena and contextual details that involve elements of interest. The motivations, feelings and meanings of the relationships associated with chocolate evidenced hospitality as a way of communicating in society, through culturally assimilated rites, rules and behaviors.

Keywords: Hospitality; Chocolate; Hospitality contexts; Meanings; Feelings.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Matriz de amarração metodológica.....	49
Quadro 2 - Membros da comunidade on-line de chocolates.....	53
Quadro 3 - Apresentação dos respondentes	63
Quadro 4 - Breve descrição de cada contexto	68

LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Contextos de hospitalidade encontrados na pesquisa	68
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Crescimento de produtores de chocolate <i>bean to bar</i> no Brasil.....	43
Figura 2 - Desenvolvimento do percurso metodológico da pesquisa	48
Figura 3 - Rede: contextos de hospitalidade associados ao chocolate	87
Figura 4 - Sentimentos associados ao chocolate	89

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO 1 - HOSPITALIDADE E DÁDIVA: PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO HUMANA	18
1.1.DÁDIVA NA HOSPITALIDADE	18
1.2 HOSPITALIDADE COMO RELAÇÃO	19
1.3 A HOSPITALIDADE É UMA DÁDIVA	23
1.4 RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE	25
CAPÍTULO 2 - CHOCOLATE E INTERAÇÃO SOCIAL: ALIMENTOS, TROCAS E COMENSALIDADE.....	29
2.1 OS ALIMENTOS E AS TROCAS	29
2.2 COMENSALIDADE: UMA DIMENSÃO DA HOSPITALIDADE	32
2.3 O CHOCOLATE E A DIFUSÃO DE SEU CONSUMO: DA AMÉRICA PRÉ-HISPÂNICA PARA A EUROPA	36
2.4 O CONTEXTO DO CHOCOLATE NO BRASIL	40
2.5 O CHOCOLATE E SEUS SIGNIFICADOS	44
CAPÍTULO 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	47
3.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	49
3.2 PESQUISA DE CAMPO PRELIMINAR	51
3.2.1 PESQUISA EXPLORATÓRIA VIRTUAL.....	52
3.3 DIÁRIO COMO FERRAMENTA DE PESQUISA	56
3.4 ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE	59
3.5 SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	60
CAPÍTULO 4 - APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO	63
4.1 OS CONTEXTOS DE HOSPITALIDADE ASSOCIADOS AO CHOCOLATE.....	65
4.2 AS RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE SOB INFLUÊNCIA DO CHOCOLATE: MOTIVAÇÕES E SENTIMENTOS.....	86
CONSIDERAÇÕES FINAIS	93
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	96
APÊNDICE I – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA ENTREVISTAS.....	104

APÊNDICE II – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA DIÁRIO DE PESQUISA SOLICITADO	105
APÊNDICE III – ROTEIRO PARA DIÁRIO SOLICITADO.....	106
APÊNDICE IV – GUIA PARA ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE.....	109
APÊNDICE V – EXEMPLO DE DIÁRIO COM MARCAÇÃO PARA INTERPRETAÇÃO DO <i>CORPUS</i> DE DIÁRIOS E TRANSCRIÇÕES DE ENTREVISTAS.....	111
APÊNDICE VI – EXEMPLO DE TRANSCRIÇÃO PARA INTERPRETAÇÃO DO <i>CORPUS</i> DE DIÁRIOS E TRANSCRIÇÕES DE ENTREVISTAS	114
APÊNDICE VII - UNIDADES DE ANÁLISE E SUBCATEGORIAS DE ANÁLISE..	119
ANEXO I – MAPA DE SABORES PARA DEGUSTAÇÃO DE CHOCOLATES	121

INTRODUÇÃO

Hospitalidade é uma relação que está presente em todas as sociedades humanas, seja em pequenos gestos e atitudes do cotidiano ou em relações cerimoniais que envolvem protocolos e ritos. A noção de hospitalidade insere-se nos âmbitos sociais, culturais, políticos e ambientais, de modo que, por meio dos estudos das relações sociais e de troca, pode-se revelar e compreender aspectos do comportamento humano (CAILLÉ *et al.*, 2014; GOTMAN, 1997).

A hospitalidade abarca o estudo das relações humanas no encontro com o outro, esse outro pode ser um estranho, um desconhecido, um estrangeiro. A noção de hospitalidade enquanto acolhimento e abertura ao outro centra-se no que acontece entre o eu e o outro, em uma relação de alteridade capaz de reconhecer o outro, as diversidades e as diferenças, não reduzindo-o a um mesmo, a um igual (LÉVINAS, 1980).

Neste trabalho, hospitalidade é compreendida como uma relação que consiste na interação dos seguintes princípios: a virtude, a relação interpessoal, os ritos e as trocas (CAMARGO, 2015). Tais princípios funcionam como reguladores das relações sociais, principalmente como meio de se evitar a agressividade e outros comportamentos indesejáveis do outro (GOTMAN, 1997). Como um processo, a hospitalidade envolve o convite, o acolhimento, a troca e, eventualmente, a hospedagem, a alimentação e o entretenimento, em uma relação entre anfitrião e hóspede. É nesse sentido que oferecer algo a alguém é, de certa forma, instituir uma relação que tem como fundamento o vínculo, mesmo que momentâneo, entre aquele que oferece e aquele que recebe (GODBOUT, 1997; 1998).

Por ser uma relação que depende da virtude e da troca, a hospitalidade é uma dádiva, no sentido de que acolher o outro é um ato radical de doação, dando o próprio lar para receber alguém em uma perspectiva altruísta. De modo que, neste estudo tem-se como premissa o fato de que a hospitalidade é uma dádiva, uma relação em que se doa (anfitrião), se recebe e se entrega, ou seja, “receber é dar” (CAILLÉ *et al.*, 2019, p.11).

Disseminado por Mauss (2003 [1974]), o estudo da dádiva abriu um campo de novas pesquisas na antropologia e nas ciências sociais em geral, impulsionando os estudos sobre as trocas sociais. Nesse contexto, os estudos sobre hospitalidade compõem um corpo teórico denso, com o aporte de diferentes campos do conhecimento, como as ciências humanas, as ciências sociais e as ciências sociais aplicadas (LYNCH *et al.*, 2011). Entretanto, para Lynch *et al.* (2011), a hospitalidade como campo de pesquisa é relativamente recente, sendo constituída por uma agenda de estudos promissores, como: a abordagem histórica da

hospitalidade; hospitalidade e narrativa literária; hospitalidade e mobilidade; hospitalidade e cultura material, hospitalidade e consumo, dentre outros. Nesse sentido, este trabalho explora a temática da hospitalidade e consumo associada ao chocolate sob a perspectiva da interação social e da troca com alimentos, um tema ainda pouco compreendido e pouco estudado no campo de pesquisas da hospitalidade.

A temática de hospitalidade e consumo, apesar de ser pouco estudada, vem sendo abordada por estudos recentes como a pesquisa de O'Regan, *et al.* (2019), que descreve o consumo conspícuo de vinho associado à posição social, como uma forma de iniciar ou manter vínculos sociais na China contemporânea e melhorar a imagem de si mesmo. A pesquisa de Gavioli e Bastos (2019) abordam o consumo de jantares compartilhados organizados por meio de plataformas digitais, destacando a hospitalidade como promotora de novos negócios de alimentação na internet. Entretanto, estudos com a abordagem cultural da hospitalidade associadas ao consumo ainda são escassos, neste sentido, este estudo aborda tal lacuna associada ao consumo de chocolate nas relações de hospitalidade contemporâneas.

Verifica-se que diversos contextos de relações de hospitalidade podem ser descritos na contemporaneidade, como as relações ligadas ao contexto familiar, de trabalho, de amizade, de vizinhança, festas, comemorações, dentre outros. Nessas ocasiões nem sempre o papel do anfitrião ou do hóspede é facilmente identificado, pois a hospitalidade pode se estender para diversos contextos como o alimentar, quando compartilhar algo assume o sentido, mesmo que de forma abstrata e momentânea, de instituir uma relação com o outro. Oferecer um jantar ou convidar alguém para comer envolve relações em um contexto social alimentar que são estudadas por meio da comensalidade, uma das dimensões da hospitalidade. A comensalidade representa, então, um significado simbólico superior à satisfação de uma necessidade fisiológica, se estende às relações e à sociabilidade associadas à alimentação (BOUTAUD, 2011; GIMENES-MINASSE, 2017).

Selwin (2001), ao pesquisar os símbolos da hospitalidade contemporânea, destaca a comida como um importante mediador social e uma das principais formas de materialidade simbólica da hospitalidade. Warde (1997) observa que o consumo de alimentos permeado pela sociabilidade podem ser um meio significativo de expressão cultural contemporânea. Nesse contexto, diversos alimentos e bebidas - como o vinho, o chá, o café, o chocolate, o bolo - estão associados à hospitalidade, em ritos de acolhimento, festivos e de retribuição (D'ONOFRE, 2017; GOULD, 2013; JOLLIFFE, 2006; PATICO, 2002; SERAPHIN, 2018).

Observa-se, inclusive, que alguns desses alimentos são consumidos historicamente por conta de seus significados. Muito antes de o chocolate se tornar elemento de sociabilidade nas

casas e cafés da Europa do século XVIII, ele já era consumido como bebida ritualística na América do Sul e Central (COE, COE, 2007). O chocolate surgiu há mais de cinco mil anos na América do Sul e expandiu-se para a Europa a partir do século XVI, ganhando popularidade como um símbolo de *status* social e como elemento de troca (COE, COE, 2007).

Na contemporaneidade, mesmo o chocolate se tornando um alimento mais acessível e comum, ele ainda se manteve como um produto especial, ao contrário do chá e do café que hoje são consumidos diariamente em determinadas refeições. Contudo, suas possibilidades de consumo foram ampliadas e uma gama de derivados do cacau foi inserida no mercado, como os achocolatados para leite e a manteiga de cacau para a indústria de cosméticos, além de biscoitos, bolos, balas, sorvetes, entre tantos outros produtos que o tem como ingrediente. Para James (1990), o chocolate é um alimento limiar, isto é não é um alimento comum e nem exótico, e não se encaixa obrigatoriamente na dieta cotidiana.

Para Zarantonello e Luomala (2011), o consumo de chocolate possui diversos significados, pode estar associado a uma recompensa pessoal após um dia de trabalho intenso, como um autopresente ou um meio para melhorar encontros sociais. Além disso, o chocolate está associado ao ato de presentear e ocasiões festivas como aniversários, Natal, Páscoa, dia dos namorados (BELK, COSTA, 1998; PATICO, 2002).

É preciso mencionar ainda a importância econômica do chocolate. O consumo mundial de chocolate é liderado pelos suíços, que consomem em média 12 quilos ao ano, seguidos pelos alemães e ingleses (respectivamente, 11 e 10 quilos ao ano) (ABICAB, 2019). A demanda global por derivados de cacau e chocolate triplicou desde a década de 1970 e um aumento de cerca de 91% foi registrado nos últimos 20 anos (FAO, 2017). No Brasil, o consumo médio é estimado em 2,5 quilos ao ano por pessoa, mas com perspectiva de crescimento de 20% ao ano (ABICAB, 2019). Dados de 2018 divulgados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento indicavam que a produção de chocolate no país movimentava cerca de R\$ 14 bilhões anualmente, o que representa mais de 0,2% do PIB do mesmo ano (MAPA, 2019).

Nesse sentido, empresas e produtores de chocolates nacionais estão inovando em relação à variedade e à qualidade de chocolates e produtos afins, inclusive investindo em certificações de origem, bem como na criação de padrões de qualidade com a especificação de ingredientes nativos. Atualmente é possível encontrar nas prateleiras de lojas e supermercados brasileiros chocolates nacionais e importados com diferentes qualidades e preços.

Estas características do chocolate – sua historicidade, suas perspectivas simbólicas, sua versatilidade de usos e significados e também sua relevância econômica e cultural, especialmente no Brasil – foram determinantes para escolhê-lo como objeto de análise desta

tese, que investiga as relações de hospitalidade a ele associadas. É desse contexto que surge o problema de pesquisa: Como o chocolate influencia as relações de hospitalidade contemporâneas?

Neste contexto, a tese deste trabalho é: As relações de hospitalidade são influenciadas em contextos associados ao chocolate, promovendo ou favorecendo encontros sociais, aproximação, troca, reciprocidade, comensalidade, recompensa, bem como, permitem também representar distinção social, frustração, arrogância, dentre outros aspectos considerados como facilitadores para a abertura ao outro e redefinição dos vínculos sociais.

O objetivo geral desta pesquisa é compreender as relações de hospitalidade sob influência do chocolate. Como objetivos específicos, pretende-se: a) identificar como o chocolate se insere nas relações de hospitalidade contemporâneas; b) compreender as motivações, contextos e sentimentos associados ao chocolate nas relações de hospitalidade; c) analisar como os diferentes contextos associados ao chocolate mediam e (re)definem relações de hospitalidade.

É possível identificar algumas pesquisas que exploraram o consumo de chocolates, como a de Zarantonello e Luomala (2011) que tratou das ocasiões e significados do consumo de chocolates na Itália; a de Belk e Costa (1998) que abordou a motivação, a percepção e as atitudes em relação ao chocolate nos Estados Unidos; a de Sato e Pépece (2013) que investigou os fatores motivadores do consumo de chocolates finos no Brasil. Contudo, verificou-se uma lacuna referente à abordagem cultural da hospitalidade associada ao chocolate e como os diferentes contextos e significados a ele associados definem essas relações de hospitalidade no contexto brasileiro, viés que será desenvolvido neste trabalho.

Tendo em vista o problema proposto, as premissas epistemológicas que orientam esta pesquisa estão alinhadas ao construtivismo (GUBA, LINCOLN, 1994; 2013). O construtivismo é uma linha epistemológica interpretativista que prega o papel ativo do sujeito na criação e modificação das representações do conhecimento e da realidade. Para compreensão da hospitalidade na contemporaneidade, faz-se necessário levar em conta novas formas de sociabilidade, de comunicação e de relação com a subjetividade e com a cultura que se desenrolam no seu interior e que são muitas vezes ignoradas.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa de caráter qualitativo que foi organizada em quatro capítulos. O primeiro capítulo denominado: “Hospitalidade e Dádiva: princípios da relação humana” buscou explorar a hospitalidade e a dádiva como algo indissociável nos estudos de hospitalidade, trazendo a noção da hospitalidade como uma relação marcada pelo encontro entre pessoas e pelo acolhimento ao outro.

O segundo capítulo: “Chocolate e interação social: alimentos, trocas e comensalidade” versa sobre os alimentos nos estudos de hospitalidade e as trocas, especialmente o chocolate. Aborda a comensalidade como uma dimensão da hospitalidade nas interações sociais, como uma forma de expressão, reafirmação identitária e cultural, que permite conexões entre os princípios abstratos da hospitalidade e suas práticas materiais associadas aos alimentos. Além disso, explora o chocolate e a difusão de seu consumo, trazendo a perspectiva histórica desse alimento, destacando a importância milenar das trocas que o envolvem, desde seu consumo sagrado na América pré-hispânica até sua transformação em objeto de desejo após sua inserção na Europa. O capítulo aborda ainda sobre os significados contemporâneos atribuídos ao chocolate, bem como o seu contexto no Brasil.

O terceiro capítulo: “Procedimentos metodológicos” discorre sobre o percurso metodológico desta pesquisa que foi apoiado na abordagem hermenêutica e utilização de diários e entrevistas como instrumento de coleta de dados. Tal percurso foi desenvolvido por meio da pesquisa bibliográfica sobre hospitalidade, dádiva e chocolate; seguido da pesquisa de campo preliminar que inclui a pesquisa exploratória virtual e a testagem dos instrumentos de coleta de dados: diário e guia para entrevistas; posteriormente realizou-se a pesquisa de campo com diários e entrevistas. Os dados coletados foram sistematizados e, mediante análise de 29 diários e quatro entrevistas os resultados e discussão da pesquisa foram descritos no capítulo final deste estudo.

O quarto e último capítulo: “Apresentação e discussão dos resultados” discorre sobre os resultados e discussão da pesquisa, por meio da perspectiva interpretativa com abordagem hermenêutica, mediante análise de 29 diários e quatro entrevistas em profundidade que resultaram em oito contextos de hospitalidade associados ao chocolate: comensalidade, presentear, contratos e favores, encontros sociais, ritual, aproximação, conflito e frustração e, individualismo e interesse pessoal.

A interpretação de tais contextos possibilitou observar que as experiências identificadas nas relações de hospitalidade associadas ao chocolate possuem diferentes motivações, sentimentos, significados pessoais e socioculturais. Nesse sentido, o chocolate pode influenciar positivamente encontros sociais e caracterizou-se como um facilitador na abertura ao outro, influenciando relações de hospitalidade, redefinindo vínculos de amizade, familiares, aproximando pessoas. Entretanto, também pode suscitar individualismo, conflito, frustração e interesse pessoal, evidenciando a hospitalidade como uma forma de se comunicar em sociedade, por meio de ritos, regras e comportamentos assimilados culturalmente. Bem como

Como considerações finais, acredita-se que esta pesquisa contribui para a compreensão da hospitalidade na contemporaneidade pelo viés cultural e, pode ser útil para pesquisadores e estudiosos de chocolates, especialmente pela valorização do chocolate como um elemento carregado de significados acolhedores, como a comensalidade e sentimentos positivos associados ao cuidado com o outro, como um alimento de *comfort food*. Este estudo ainda apresenta como contribuição teórica o uso de diários como ferramenta para pesquisas em hospitalidade, visto que conseguem extrair de uma série de aspectos cotidianos e “detalhes contextuais que envolvem fenômenos de interesse” (HYERS, 2018, p.67), além disso, foi evidenciado que a perspectiva sensível ao contexto pode facilitar a compreensão das relações de hospitalidade na contemporaneidade.

CAPÍTULO 1 - HOSPITALIDADE E DÁDIVA: PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO HUMANA

Este capítulo descreve a noção da dádiva como algo indissociável dos estudos de hospitalidade e explora o conceito de hospitalidade como uma relação humana marcada pelo encontro entre pessoas e pelo acolhimento.

1.1. Dádiva na hospitalidade

O ciclo de trocas apresentado por Mauss (2003) como sistema da dádiva revela a complexa estrutura de trocas intertribais que marcam as sociedades da Melanésia, Polinésia e América do Norte, delineando a tríade: dar, receber e retribuir. Tal estudo se constituiu como uma das principais referências de ritos de trocas para a antropologia e a sociologia, promovendo uma grande reflexão sobre os significados e as características do valor de troca simbólico e material existentes na política, na economia e na sociedade de povos tradicionais e contemporâneos (HUBERT, MAUSS, 1964; BURGESS, 1982).

Os estudos de Mauss (2003) possibilitaram que as dimensões de sagrado e profano ganhassem novos termos dentro da pesquisa antropológica, destacando os discursos sociais e o sistema de trocas de forma articulada aos deveres, obrigações e virtudes morais.

A dádiva, bem como seus significados, é central para o relacionamento humano, possibilitando que os sujeitos compreendam, aprendam e compartilhem a vida social (MAUSS, 2003). Segundo Perrot (2011, p. 63), no dicionário *Le Petit Robert*, “dádiva é, num primeiro sentido, abandonar a alguém, com uma intenção liberal ou sem sequer receber em troca”, entretanto, pode significar “ceder em troca de outra coisa”. Receber algo de outra pessoa não implica somente a retribuição,

[...] pois, aceitar alguma coisa de alguém é aceitar algo de sua essência espiritual, de sua alma; a conservação dessa coisa seria perigosa e mortal, e não simplesmente porque seria ilícita, mas também porque essa coisa que vem da pessoa, não apenas moralmente, mas física e espiritualmente, essa essência, esse alimento, esses bens, móveis ou imóveis, essas mulheres ou esses descendentes, esses ritos ou essas comunhões, têm poder mágico e religioso sobre nós. Enfim, a coisa dada não é uma coisa inerte (MAUSS, 2003, p. 200).

Por meio da perspectiva de Mauss (2003), a noção da dádiva nos estudos de hospitalidade é descrita como obrigatória sob o aspecto moral, ritualizada, hierárquica e assimétrica, de modo que o fenômeno social da dádiva revela que “as trocas e os contratos se fazem sob forma de presentes, em teoria voluntários, na realidade obrigatoriamente dados e retribuídos” (MAUSS, 2003, p. 187). É considerada assimétrica pois, quem está na posição de

doar algo ocupa uma hierarquia superior a quem recebe e esta disposição é invertida quando quem recebeu ocupa a posição de doador e assim sucessivamente, de forma cíclica.

É necessário distinguir que neste trabalho a noção da dádiva é estudada sob a perspectiva da hospitalidade, assim como Martins (2017, p. 162) enfatiza que ao utilizar o termo dádiva é importante destacar que este pode carregar uma conotação ambivalente, no sentido de que “pode sugerir um entendimento religioso e gratuito da doação”. Neste estudo, dádiva significa um sistema relacional que revela a complexidade das relações sociais e das trocas no passado e no presente (CAILLÉ, 2002).

Caillé (2002) argumenta sobre o fato de a dádiva ser compreendida como um paradigma primordial, isto é, problematizando suas definições nas ciências sociais. Essencialmente, a ideia principal do estudo de Caillé (2002) diz respeito ao fato de que a dádiva constitui um processo de atuação presente em todas as sociedades, contemporâneas e tradicionais. Assim como Martins (2017) argumenta sobre universalismo da dádiva como uma natureza ontológica, destacando a solidariedade moral coletiva, sempre presente nas instituições primárias como a familiar, além de ser uma condição exigida para a espécie humana, necessária para constituir laços, comunidades, grupos, refutando a visão dualista que separa indivíduo e sociedade.

Em uma perspectiva similar, Godbout (1999) descreve a dádiva relacionando-a à existência social, já que o sistema de trocas possui uma capacidade de transportar e comunicar um significado cultural e, enquanto prática, é essencial para a estrutura e o funcionamento da sociedade atual. Nesse sentido, “a dádiva se configura respectivamente como diversidade cultural – como rivalidades, como esmolas, como trocas de gentilezas, de solidariedades, entre outras”, isto é, como unidade e pluralidade cultural (MARTINS, 2017, p. 167). Contudo, essa compreensão é paradoxal e, ao mesmo tempo, possibilita romper com as visões monoculturais e coloniais que reduzem as interações humanas a estratégias cognitivas motivadas apenas pelo interesse do controle do outro, bem como para o benefício de si mesmo. Paralelamente, a dádiva é fundamental em redes familiares modernas que seguem regras morais de obrigações no reforço de laços sociais (GODBOUT, 1999; MARTINS, 2017).

1.2 Hospitalidade como relação

Como uma construção social da relação com o outro, a hospitalidade é marcada pelo encontro entre pessoas e pelo acolhimento. Na hospitalidade, acolher depende da abertura para o outro, uma barreira imaterial e regulada culturalmente por regras e valores que guiam a evolução da relação, podendo ocasionar a abertura, o acolhimento ou até mesmo a rejeição e a

hostilidade (MONTANDON, 2011). Para Montandon (2011), essa barreira imaterial é representada pela soleira, como um limite que separa o estranho do residente. Ultrapassar a barreira ou soleira simboliza poder entrar e ser acolhido, mesmo que momentaneamente e sob regras, no espaço do anfitrião, caso contrário significa estar à margem, não ser acolhido, ou ainda, não existir relação.

Regida por um conjunto de princípios reguladores, a hospitalidade é uma relação entre anfitrião e hóspede que pode envolver o acolhimento, a troca, o convite e, eventualmente, a hospedagem, a alimentação e o entretenimento (CAMARGO, 2015; GOTMAN, 1997). Tais princípios são descritos por práticas sociais culturalmente enraizadas como: o ato de cumprimentar as pessoas, desejar bom dia, responder com obrigado, são algumas dessas práticas de hospitalidade existentes na sociedade (CAMARGO, 2015). Oferecer algo a alguém é instituir uma relação que tem como fundamento o vínculo, mesmo que momentâneo, entre aquele que oferece e aquele que recebe (CAMARGO, 2015; GODBOUT, 1997).

Dentre os princípios da hospitalidade, Camargo (2015) destaca a relação humana, a virtude, o ritual e a troca. A hospitalidade como relação humana (CAMARGO, 2015; GOTMAN, 1997) tem como propósito o desenvolvimento ou manutenção do vínculo interpessoal. A hospitalidade existe como uma natureza ontológica, presente nas instituições primárias como a familiar, além de ser uma condição necessária para constituir laços, comunidades e grupos e, visa também evitar a agressividade e os comportamentos indesejáveis do outro (GODBOUT, 1999). A virtude na hospitalidade se destaca por meio de comportamentos desejáveis relacionados, principalmente, a quem acolhe (anfitrião), como algo universal, como ética, em uma relação respeitosa com o mundo habitado e com o outro (CAMARGO, 2015; TELFER, 2004).

O ritual da hospitalidade se inicia com a abertura para o acolhimento e transcorre até a finalização com a despedida. A alteridade é intrínseca à hospitalidade, como uma obrigação e uma responsabilidade da parte de quem acolhe para com quem recebe (MONTANDON, 2011). Pitt-Rivers (2012) descreve os ritos da hospitalidade como a mútua homenagem de anfitrião e hóspede na cena hospitaleira (a honraria recíproca) e o protagonismo do anfitrião na cena, de modo que os ritos geralmente são incorporados na forma de uma recepção, acolhimento, cerimonial, banquete, refeição ou festividade (CAILLÉ *et al.*, 2019).

Os ritos estabelecem o ritmo da vida social (DURKHEIM, 2008) e o sagrado e o profano permeiam as relações sociais por via dos ritos, da moral, da religião, das leis, da hospitalidade, como um mecanismo que ordena as sociedades. Com a finalidade de defesa, as leis e ritos da hospitalidade atuam como mecanismos de sobrevivência, para proteção dos indivíduos, do lar

e da comunidade (DERRIDA, 2000). Tais mecanismos incluem uma série de regras não escritas associadas à cultura, como o convite, as boas maneiras, a etiqueta, dentre outros princípios que existem como meio para controlar o estrangeiro. A hospitalidade é universal e ontológica e, de acordo com Derrida (2005), não existe vínculo social ou sociedade sem um princípio de hospitalidade.

Assim como a dádiva, a hospitalidade insere-se universalmente nos âmbitos sociais, políticos e ambientais, de modo que as relações de trocas são configuradas em contextos sociais, fazendo parte das bases da comunicação, das relações e da formação de vínculos (CAILLÉ *et al.*, 2019; GOTMAN, 1997). No percorrer da história humana, a oferta de hospitalidade aos estranhos demonstrou-se uma característica comum das sociedades (LASHLEY, 2015). Oferecer alimentos, bebidas e abrigo a hóspedes permanece uma obrigação moral universalmente praticada por preceitos religiosos e de bom comportamento, assim como por ameaças de punição ou confisco se a hospitalidade fosse negada (SELWYN, 2000).

A hospitalidade durante muito tempo esteve associada à ideia de caridade e religião, em que as instituições religiosas cumpriam um papel de ordem social e cuidado com a população, tal papel hoje é atribuído ao Estado, sobretudo aos serviços públicos como hospitais, centros sociais, alojamentos, instituições de ensino. Outra perspectiva importante da hospitalidade é a sua dimensão coletiva associada à política e à ética, especialmente vinculada às políticas públicas voltadas para população, para os fluxos migratórios no planeta e direitos internacionais (LASHLEY, 2015).

Enquanto ética, Levinas (1980) aborda a hospitalidade como uma relação de alteridade, em que o reconhecimento é baseado na abertura ao outro, no respeito às diversidades e diferenças. Boudou (2017) inspirado em Levinas (1980) também traz a reflexão da necessidade de se entender a hospitalidade como uma forma de se relacionar, como política e como ética. Enquanto política, Boudou (2017) buscou por meio das manifestações cerimoniais da hospitalidade mostrar que ela é uma manifestação política e ética por excelência, especialmente pelo modo como uma comunidade se abre, se expõe ou se fecha para o estrangeiro, como a noção dos direitos e restrições determinadas aos estrangeiros e viajantes impostas por normas, fronteiras, direitos e deveres.

Cabe aqui destacar as políticas públicas associadas à hospitalidade desenvolvidas para pessoas em condições de refúgio, expatriação, migrantes e imigrantes (BASTOS *et al.*, 2014).

Sob a perspectiva das políticas para imigração, Bignotto (2019) argumenta que a hospitalidade faz parte da sobrevivência humana.

O cenário da hospitalidade na contemporaneidade compõe um conjunto de relações que oscilam e negociam o tempo todo entre o dentro e o fora, entre o público e o particular, entre a política e o privado, entre o outro e o eu, a hospitalidade é parte da democracia e não um apêndice. Hospitalidade é um desafio prático e teórico que demanda o acolhimento (Fonte verbal).¹

De modo que, como um ciclo contínuo, a hospitalidade se apresenta nos processos de abertura ao outro e permissão para permanência em território estrangeiro. Esse *continuum* na hospitalidade está associado à dádiva, como uma motivação, ora voluntária, ora obrigatória, dependendo da ocasião.

Na verdade, a noção de hospitalidade e, sobretudo, de inospitalidade ajuda a estabelecer uma distinção entre ambas as perspectivas. Inospitalidade é a falta de hospitalidade, neste sentido, a reversibilidade da hospitalidade, segundo Gotman (2019, p. 165), diz respeito à noção de que

A ideia de que há sempre inospitalidade no horizonte da hospitalidade (e vice-versa) nos convida a não congelar práticas que são analisadas mais em termos de processo do que categorias, e a privilegiar a perspectiva de tensão entre hospitalidade e inospitalidade, a reversibilidade de uma e outra, ao invés de hospitalidade ou falta de hospitalidade no absoluto.

Lashley (2004) descreve que a hospitalidade também pode ser estendida para situações e serviços como em relações comerciais e corporativas, por exemplo o setor da restauração e o setor da hotelaria. Para discutir a noção de hospitalidade nesses setores, Lashley (2004) desenvolve os três domínios da hospitalidade: domínio privado, domínio comercial e domínio social. O domínio privado diz respeito às relações de hospitalidade no ambiente doméstico, dentro de casa, no contexto entre anfitrião e hóspede. O domínio comercial é associado às atividades econômicas que envolvem a hospitalidade, como setores da restauração, turismo e hotelaria. Já o domínio social (ou público) diz respeito à cultura e às crenças da sociedade, especialmente no fato da hospitalidade compreender a relação entre quem acolhe e o outro, em um contexto altruísta (LASHLEY, 2004).

Em um estudo complementar ao de Lashley (2000), Camargo (2003; 2015) descreve que os tempos e espaços da hospitalidade referem-se aos domínios da hospitalidade e, nesse sentido, indica os tempos como: a recepção, a hospedagem, a alimentação e o entretenimento, e os espaços como sendo o doméstico, o público, o comercial e também o espaço virtual, cada vez mais importante no cotidiano contemporâneo.

¹ Fala do Professor Newton Bignotto durante o Colóquio “Hospitalidade entre ética, política & estética”, na Casa Rui Barbosa, em 27 de junho do ano de 2019.

Neste trabalho, as relações de hospitalidade serão compreendidas em contextos associados ao chocolate, podendo ocorrer tanto no domínio privado, social, quanto comercial.

Adota-se, para tanto, o conceito de hospitalidade baseado em uma relação e uma virtude que se espera quando nos deparamos com o outro (que pode ser o estranho, que é também um estrangeiro), ou seja, nas palavras de Camargo (2015, p. 44) “alguém que ainda não é, mas deve ser reconhecido como o outro”. De modo que o intuito principal desse encontro é instituir ou manter uma relação, mesmo que momentânea, entre aquele que oferece e aquele que recebe (CAMARGO, 2015; CAILLÉ, *et al.*, 2019).

1.3 A hospitalidade é uma dádiva

Para se estudar a hospitalidade, a dádiva e as trocas, primeiro deve-se entender seu aspecto relacional. De acordo com Godbout (1997, p. 35), “hospitalidade não diz respeito apenas à dádiva, mas [...] podemos falar de hospitalidade sem a dimensão da dádiva?”. Os fundamentos da troca na hospitalidade são baseados na dádiva, no sentido de que a hospitalidade é uma dádiva, como Godbout (1997) argumenta, o ato de acolher alguém é a demonstração mais profunda de dádiva, de doação. De acordo com Perrot (2011, p. 70), “o vínculo que cria a dádiva, vínculo de pessoa a pessoa é antes de tudo uma brecha aberta na identidade, hospitalidade dada a um outro no próprio sujeito”.

A “obrigação livre” da dádiva como descreveu Mauss (2003), de acordo com Gotman (2011), é também uma das principais condições da hospitalidade. “Note-se também que se a hospitalidade se troca como os presentes e serviços, ela mesma é ocasião de trocas de presentes [...]” (GOTMAN, 2011, p. 74).

O estudo da hospitalidade por meio das relações de troca revela aspectos do comportamento humano em ritos de hospitalidade que normalmente não são ponderados (GOTMAN, 1997). “Daí a reversibilidade tão espantosa do vocabulário: aquele que dá (a hospitalidade) recebe (o outro), e aquele que é recebido (na casa do outro) lhe dá (de si mesmo)” (PERROT, 2011, p. 70). Ao escreverem sobre hospitalidade, Caillé *et al.* (2019, p. 13) questionam: quando a hospitalidade é um dom² e quando é uma relação em que se doa, se recebe e se entrega? Godbout (1998) havia demonstrado o quanto, no dom da hospitalidade, receber é dar. “Em outras palavras, a hospitalidade bem-sucedida é aquela em que o *receptor ... recebe!*”

² A partir da perspectiva dos estudos da hospitalidade de Caillé *et al.* (2019), dom, neste trabalho, é sinônimo de dádiva.

(CAILLÉ *et al.*, 2019, p. 13, grifo do autor). O dom da hospitalidade é uma atuação cuja reciprocidade pode ser esperada, mas não garantida e ainda menos exigida (CAILLÉ *et al.*, 2019).

A hospitalidade assim como a dádiva consiste em doar uma parte de si mesmo, isto é, ao acolher alguém no íntimo do seu lar, se doa, denominando o acolhimento característico da hospitalidade. Para Caillé *et al.* (2019, p. 13), “é privar-se do ‘lar’, é abri-lo nunca completamente e por um tempo determinado e dar-se tempo para um relacionamento, a assimetria dos anfitriões”.

Assim como a assimetria da dádiva, na hospitalidade quem acolhe está sempre em uma posição hierárquica superior ao acolhido, bem como quem recebe um dom está em uma posição assimétrica da relação, sendo obrigado a retribuí-lo, mudando então sua posição, ou seja, trata-se de uma relação cíclica, performática e instável que varia dependendo da posição de quem está doando (recebendo) ou acolhendo (hóspede *versus* anfitrião).

Segundo Caillé *et al.* (2019, p. 19), é muito difícil dissociar a hospitalidade da dádiva, na medida em que: “[...] é o próprio lar que alguém oferece, que pode ser a forma mais radical de doar, de dom/dádiva”. Nesse contexto, a hospitalidade só se materializa, segundo Godbout (1997), quando aquele que receber hospitalidade recebe em troca do seu dom.

A hospitalidade como troca, segundo Godbout (1999), seria um fenômeno social complexo, como um sistema de dons inseridos dentro de um contexto de laços sociais. Para Camargo (2015), a troca na hospitalidade é uma interação humana que acontece entre alguém que recebe (anfitrião) e alguém que é recebido (hóspede). Mais do que objetos trocados, o ato de acolher ou receber alguém é uma dádiva em que, baseada na reciprocidade, o que predomina é o sentimento de endividamento (MAUSS, 2003). As trocas são um meio de transportar e comunicar um significado cultural e práticas sociais.

Neste contexto, ao pensar que a hospitalidade é uma dádiva, baseada em uma relação interdependente de troca e interações sociais, Godbout (1999, p. 16) destaca que “É preciso pensar a dádiva não como uma série de atos unilaterais e descontínuos, mas como uma relação”.

Por basear-se na reciprocidade, o que predomina no sistema de trocas é o sentimento de estar em débito com o outro. A troca possui uma capacidade de transportar e comunicar um significado cultural, de modo que tal prática é essencial para a estrutura e funcionamento das sociedades. A troca pode estabelecer vínculos, como Camargo explica:

O vínculo estabelecido pela troca pode resultar de uma manifestação genuína ou estudada, encenada (traduzida em protocolos); pode ser não apenas uma atitude ética como estética, quando se torna “uma finalidade sem fim”, na expressão de Kant, mas também pode, de forma velada ou clara esconder um interesse material (um negócio) ou imaterial (prestígio, fausto, poder) (CAMARGO, 2015, p. 45).

Godbout (1999) diz que a dádiva existe na contemporaneidade assim como nas sociedades tradicionais e, neste ponto, faz uma das principais críticas ao pensamento de Mauss (2003), isto é, a insistência em afirmar a existência da dádiva apenas nas sociedades primitivas e seu desaparecimento nas sociedades industriais. Como assinala Duarte (2010), para Mauss apenas nas sociedades tradicionais as transações não são nunca simples trocas de bens ou riquezas, de coisas meramente úteis. Apresentar qualquer coisa a alguém é apresentar qualquer coisa de si. O autor identificou na troca de presentes um vestígio da dádiva nas sociedades modernas, mas não se debruçou sobre isso.

Por meio da literatura, observou-se a relação entre as trocas e as interações sociais e como são um meio de comunicação (MARTINS, 2017). Como exemplo dessa comunicação humana, as relações de hospitalidade como parte da cultura desempenham um papel fundamental na conciliação de uma multiplicidade de códigos e crenças, com significados diferentes, que precisam ser combinados para que a comunicação e a troca aconteçam.

Nesse sentido, este estudo abordará a perspectiva da dádiva levando em consideração aspectos culturais das relações de troca e da hospitalidade em contextos associados ao chocolate. O chocolate também pode remeter a noção da dádiva na sociedade de consumo, isto é, como forma de expressão de significados e parte integrante da cultura contemporânea, como um processo de trocas que integra relações e práticas sociais, essencial na constituição de vínculos, na vida social e no desenvolvimento da subjetividade humana (BELK, 2005; LUGOSI, 2016).

1.4 Relações de hospitalidade

A hospitalidade é indissociável da cultura. É preciso compreender como a hospitalidade interage na contemporaneidade com as dimensões da vida humana e, para Caillé *et al.*, (2019), a cultura e o contexto pessoal de cada indivíduo atuam simultaneamente nessas experiências.

Lashley *et al.* (2007) explica que o domínio cultural da hospitalidade considera os contextos sociais nos quais as relações de hospitalidade acontecem, de modo que, simultaneamente, os impactos das forças sociais e conjunto de crenças estão associados aos processos de trocas, interação social, produção e consumo de alimentos, bebidas e hospedagem.

A cultura, o território, as pessoas envolvidas influenciam na relação de hospitalidade que pode ser positiva ou negativa. Quando positiva, alguns autores denominam de experiência

hospitaleira (LUGOSI, 2016; LASHLEY, 2007) ou cena hospitaleira (BOUTAUD, 2011; CAMARGO, 2015).

Para uma melhor compreensão da ideia de cena de hospitalidade, buscou-se a definição de cena social de Florence Weber (2011), que a descreve como algo que não é definido somente por pessoas e por relações interpessoais, mas por um conjunto associado a objetos e lugares que servem de contexto às interações. A cena social é constituída por um determinado grupo em que as relações são regidas por princípios específicos, análogo “ao que Bourdieu (1977) e Grignon (1977) denominam ‘campo’, ou ‘microcampo’ na sociologia ou etnologia” (WEBER, 2009, p. 193). Além disso, para estudos da antropologia - especialmente na etnografia das percepções, área de estudo desenvolvido por Weber (2009) -, cena social é o meio no qual atuam relações interpessoais ligadas a ocasiões específicas e em determinado contexto. Weber (2009, p. 194) define a cena social “como o subconjunto de relações orientadas por uma prática no conjunto das relações tecidas por um indivíduo”, sendo que ela pode ser motivada por uma prática comum do grupo, isto é, “o conjunto das práticas consideradas comparáveis pelos próprios nativos” (WEBER, 2009, p. 194).

Desta forma, pensando a cena de hospitalidade a partir de cena social, tem-se a noção de que diversos aspectos socioculturais e espaciais como o território influenciam para o desenvolvimento ou não de uma cena de hospitalidade.

Uma cena hospitaleira ou uma pessoa hospitaleira designa algo positivo, com atributos e qualidades característicos do bem receber, recepcionar, acolher, oferecer, doar e compartilhar. Para Lashley (2015), ser hospitaleiro vai além de comportamentos impostos ou treinados, é algo baseado em qualidades intrínsecas e naturais de uma pessoa. Ou seja, pessoas hospitaleiras são “indivíduos orientados por um desejo pessoal de serem hospitaleiros em relação aos outros”, o que também pode ser denominado como qualidades da hospitabilidade (LASHLEY, 2015, p. 70).

De acordo com Lugosi (2008, p. 139), a experiência hospitaleira pode ser produzida em encontros sociais, “sendo ela mediada por consumo de serviços de hospitalidade, ou em circunstâncias onde o propósito é motivado por objetivos sociais ou políticos”. Portanto, “as transações de hospitalidade podem atender às necessidades fisiológicas, econômicas, sociais ou políticas, mas a interação hospitaleira é um reconhecimento do outro”, entretanto, essa relação de hospitalidade pode ser modificada ou renovada ao decorrer da cena em uma experiência de hostilidade por exemplo (LUGOSI, 2008, p. 139).

A relação de hospitalidade pode ser negativa, pode-se mencionar a experiência vivida por um “hóspede sequestrado”, situação em que o anfitrião acolhe, alimenta e diverte,

entretanto, sufoca o convidado a ponto de privá-lo de suas escolhas e liberdade (SALVADOR, 2011). Como comentado anteriormente, Gotman (2019) explica que existe sempre inospitalidade no horizonte da hospitalidade e vice-versa, e, portanto, deve-se ter a noção de que a reversibilidade da relação pode sempre acontecer ao posto de ponderar a hospitalidade ou falta dela no absoluto.

Retomando a perspectiva das regras e leis não escritas, em uma relação de hospitalidade existe uma organização que visa desempenhar uma sequência de rituais. Como exemplo, o ritual de se receber um hóspede em casa, o espaço é preparado pensando no convidado, algumas “regras não ditas” são óbvias, como abrir a porta para o convidado, convidá-lo para entrar, acomodá-lo, oferecer algo para beber, para comer, entreter e acompanhar o hóspede para uma confortável e agradável estadia. Entretanto, não se tem registrado ou determinado que devemos nos comportar de tal maneira. São normas replicadas continuamente no decorrer da história humana, identificadas culturalmente, dessa forma, os ritos permanecem por conta da segurança e familiaridade das sequências, sabe-se o que vai acontecer, partilha-se sentimentos, enfim, tem-se a sensação de coesão social (RIVIERE, 1997).

Nesse contexto, as relações de hospitalidade mobilizam diferentes emoções e acarretam diferentes interpretações oriundas dos mesmos fatos que nela acontecem. Portanto, as relações de hospitalidade neste trabalho são experiências vividas em diferentes contextos que logram se desdobrar em situações de acolhimento, recepção, alimentação, entretenimento, reciprocidade, solidariedade, hostilidade, dentre outros. Em uma relação de hospitalidade essencialmente se colocam em cena a identidade, o comportamento, a imagem, as regras, as leis e as crenças, encenando o reconhecimento do outro que compartilha a experiência, no âmbito privado ou público (BOUTAUD, 2011).

As relações de hospitalidade também se estendem dentro e fora do ambiente de trabalho e, segundo Lugosi (2008), essas ocasiões fora do trabalho são promovidas ou facilitadas nos casos de consumo de alimentos e bebidas, demonstrando a coesão social positiva, como exemplo os *happy hours* ou ir beber após o trabalho, comer juntos, entre outros (LUGOSI, 2016). Para Lugosi (2008), tais eventos envolvem certa complexidade, visto que

[...] na experiência hospitaleira é preciso que sentimentos, trocas e emoções se desenvolvam, já que as diferenças de *status*, conhecimento e competência continuam a moldar o relacionamento entre os indivíduos, mas essas diferenças podem não ser mais os principais fatores que determinam a natureza da interação entre os atores sociais (LUGOSI, 2008, p. 142, tradução livre).

No Brasil, por exemplo, pode-se mencionar as relações de hospitalidade estendidas em ocasiões associadas ao cafezinho, o chope no final do expediente, o *happy hour*, entre outros.

Esses e outros exemplos evidenciam como os alimentos exercem uma função simbólica na interação humana e, por conta disso, são uma importante fonte de interpretação da cultura, significados e sentimentos nos estudos de hospitalidade. Cabe aqui destacar que dependendo do contexto os papéis de hóspede e de anfitrião nas relações de hospitalidade podem não ser tão bem definidos. Segundo Lugosi (2008), existem momentos de meta-hospitalidade, isto é, em determinadas situações esses papéis se tornam mais fluídos, com comportamentos temporários diferentes das manifestações racionais de hospitalidade. De modo que, “a meta-hospitalidade está ligada a momentos comunitários - laços emocionais de curta duração que são construídos ou vivenciados por meio de transações de hospitalidade”, especialmente em espaços públicos e comerciais (LUGOSI, 2008, p. 139).

Sob essa perspectiva, os alimentos, como o chocolate, desempenham variados significados nas relações de hospitalidade, tema do capítulo seguinte.

CAPÍTULO 2 - CHOCOLATE E INTERAÇÃO SOCIAL: ALIMENTOS, TROCAS E COMENSALIDADE

Este capítulo trata das trocas associadas aos alimentos na interação humana, especialmente o chocolate, abarcando a comensalidade como uma dimensão da hospitalidade. Nesse sentido, aborda a comensalidade como formas de expressão, reafirmação identitária e cultural, procurando trazer conexões entre os princípios abstratos da hospitalidade e suas práticas materiais associadas aos alimentos.

A pesquisa explorou o consumo do chocolate sob uma perspectiva histórica com o propósito de contextualizar a importância milenar das trocas que o envolvem desde seu uso sagrado na América pré-colonial até a sua inserção na Europa. Trata também dos diferentes significados associados ao chocolate, bem como seu consumo contemporâneo no Brasil.

2.1 Os alimentos e as trocas

A alimentação assim como a hospitalidade fazem parte das práticas das trocas sociais inseridas universalmente nos âmbitos sociais, políticos e ambientais (BOUTAUD, 2011; CAILLÈ *et al.*, 2014). Lembrando que a alimentação na hospitalidade é um rito de compartilhamento, de comensalidade, não se pode separar o prazer do alimento do significado da dádiva que se oferece a alguém, do maior ou menor prazer que se tem para o alimento, ou ainda, da interação que acompanha o desfrute do alimento oferecido. Nesse sentido, a comensalidade faz parte das práticas sociais desde os tempos mais remotos, como o início da utilização do fogo (FISCHLER, 2011).

As práticas e representações sociais da alimentação se baseiam em aspectos materiais e simbólicos, que, por sua vez, motivam os processos de seleção, produção, distribuição e consumo de alimentos, bem como os modos de preparo, conservação ou serviço destes. Todos esses aspectos são interligados e interagem entre si, assim como os condicionantes de caráter ecológico, cultural, econômico, biológico e psicológico, levando em consideração cada contexto (CONTRERAS, GRACIA, 2011).

Verifica-se que ao longo da história os alimentos desempenharam um papel essencial, quando não primordial, na economia e na política, desenvolvendo nações e motivando disputas. É possível destacar o papel histórico do comércio de alguns alimentos, como o comércio das especiarias e dos alimentos *commodities*, por exemplo: o açúcar, o chá, o café e o cacau, como bem descrevem as obras de Mintz, (1985), Norton, (2006), Smith (2008).

Segundo Hirschman e Holbrook (1986, p. 219), a experiência de consumo alimentar pode ser caracterizada como “uma propriedade emergente que resulta de um sistema complexo de inter-relações que se sobrepõem mutuamente, em constante interação recíproca com dados pessoais, ambientais e situacionais”. Tal explicação aponta como diversos fatores sociais, ambientais, motivacionais, emocionais e relacionados ao tempo modulam a experiência de consumo, inclusive aquelas que envolvem alimentos em um sentido mais amplo (HIRSCHMAN E HOLBROOK, 1986).

Nesse contexto, Fischler (2011) destaca o acesso aos alimentos como um ponto sensível nos estudos alimentares, bem como a privação ou excesso de alimentos. Pode-se mencionar, nessa perspectiva, o fato de que pesquisas revelaram que produtores de cacau na África nunca haviam experimentado chocolate (WALKER, 2006) e os produtores de determinadas variedades de café que nunca haviam provado a bebida feita com os grãos que cultivam (WARDE, 1997). Verifica-se, portanto, que a comida pode ser inclusiva como um elo de sociabilidade e aproximação, porém também pode representar o oposto, se tornando foco de tensões. Por exemplo, quando as pessoas se sentem insatisfeitas com alguns alimentos por percebê-los como inadequados, quando há a distinção de espaços para comer e beber como reforço das diferenças de *status* social, ou ainda quando o consumo de determinados itens, como álcool, carne ou comida vegana permite excluir indivíduos (LUGOSI, *et al.*, 2014).

Contreras e Gracia (2011, p. 18) explicam que “no ato da alimentação, o ser humano biológico e o ser humano social estão estreitamente vinculados e reciprocamente envolvidos, caracterizando a alimentação como um ato pluridimensional dependente da nossa realidade social e biológica”. Os mesmos autores argumentam que os hábitos alimentares revelam o funcionamento de uma sociedade e, conhecer quando, onde e com quem os alimentos são consumidos faz com que seja possível compreender as relações sociais que prevalecem em um determinado grupo, bem como questões associadas à cultura e à identidade.

A respeito da reafirmação de identidade por meio da cultura alimentar, Hall e Du Gay (1996) reforçam que a noção de identidade é determinada por uma série de fatores fluídos e em constante reconstrução. Esse autoprocesso é rearticulado por meio de pensamentos, comportamentos, comunicação e ações pessoais. Portanto, a noção de identidade é relacional e pode estar sujeita a mudanças e contestações (HALL; DU GAY, 1996). É importante pontuar que a noção do “eu” é moldada pelo ambiente, cultura, tecnologia e relações sociais. Já a articulação entre identidade e noção de identificação pode ser explicada como a primeira sendo atribuída por outros e a identificação como sendo uma escolha (HALL; DU GAY, 1996).

O consumo alimentar é uma das práticas sociais contemporâneas que contribui para a construção da identidade, por articular atitudes, noções de pertencimento, sentimentos, vínculo social e político (BOURDIEU, 2007; CONTRERAS, GRACIA, 2011). A noção de pertencimento também é compreendida por meio de estudos sobre a cultura alimentar, sobre o território e a comunicação simbólica (linguagem oral, escrita e gestual) que fazem parte do processo de identificação e territorialização de grupos sociais e da construção do sentimento de pertencimento (DENCKER, 2013). De modo que a comida faz parte da representação social de um grupo como meio de reafirmação da identidade.

A reafirmação da identidade cultural também foi destacada por Douglas (1970) por meio da comensalidade, ao explicar o sentimento de pertencimento em estudos sobre as funções simbólicas da comida e aspectos religiosos de determinados grupos étnicos como os judeus ortodoxos. Ao descrever as leis judaicas sobre a alimentação, incluindo os modos particulares de preparo e serviço de comida, o autor trata de questões relacionadas à identidade cultural e ao estilo de vida desse grupo, ressaltando também práticas de hospitalidade presentes nas refeições coletivas. Em síntese, é a aceitação mútua dos códigos alimentares culturalmente enraizados que reafirma entre os comensais uma identidade comum, assim como a coesão familiar e do grupo social que se reforça por meio da estrutura moral estabelecida pela obediência às leis alimentares.

Em um entendimento semelhante ao de Douglas (1970), Warde (1997) destaca o consumo alimentar como a representação mais forte de identidade de um grupo, como algo que não é estático e pode variar de acordo com o contexto, o tempo e o espaço, bem como a importância de seu papel na construção de identidades e de valores.

Para Bourdieu (2007), a alimentação assim como o gosto está associada à representação cultural, à distinção social e às relações de poder. Para este autor, o gosto representa um processo de identificação a uma classe social, que, por meio de seu *habitus*, regula os interesses, valores e disposições dos sujeitos ao adquirir determinados capitais. Os diversos capitais,³ segundo Bourdieu (2007), designam o gosto tanto do ponto de vista econômico quanto simbólico e cultural. Sobretudo, o gosto seria como um fenômeno utilizado como estratégia de distinção social, de modo que atua na hierarquização da sociedade assim como nos estilos de vida. Nesse sentido, as classes consideradas menos privilegiadas aspiram a “capitais”

³ De acordo com Bourdieu (2007), capital seria toda forma de recurso ou poder expresso socialmente. De modo que o capital econômico está relacionado aos bens como imóveis, renda, salários, já o capital cultural está ligado ao estudo, conhecimento, títulos. O capital social é ligado às relações sociais, enquanto capital simbólico estaria associado à honra, prestígio.

espelhados nas classes mais privilegiadas e estas, por sua vez, procuram se diferenciar defendendo o consumo exclusivo para determinados bens. Assim, a identidade diz respeito às formas de consumo em que o indivíduo afirma seus gostos e suas aspirações pessoais. O outro figura como uma referência para essa afirmação (BOURDIEU, 2007). E, dentre as várias formas de expressão do gosto está o consumo alimentar. Isso ocorre porque os alimentos e seu consumo se fundem em um processo que percorre desde o ponto de vista fisiológico até o simbólico (FISCHLER, 2011).

Seguindo essa linha de raciocínio, Mintz (2001, p. 32) argumenta que o alimento:

Para cada indivíduo representa uma base que liga o mundo das coisas ao mundo das ideias por meio de nossos atos. Assim, é também a base para nos relacionarmos com a realidade. A comida “entra” em cada ser humano. A intuição de que se é de alguma maneira substanciado – “encarnado” – a partir da comida que se ingere pode, portanto, carregar consigo uma espécie de carga moral.

Nesse contexto, a alimentação bem como a comensalidade são meios significativos de expressão e claramente um “elemento geral de interpretação sobre a cultura contemporânea” (WARDE, 1997, p. 22). Contudo, a alimentação e a comensalidade também estão associadas a estilos de vida, como uma questão de considerável significado psicológico e emocional, dependendo de contextos que variam desde formas de acesso até a privação ou excesso de alimentos (FISCHLER, 2011; WARDE, 1997).

2.2 Comensalidade: uma dimensão da hospitalidade

Boutaud (2011) descreve a comensalidade como uma dimensão da hospitalidade e como uma forma de acolher alguém em uma relação de compartilhamento entre os comensais. A comensalidade como um ritual de compartilhamento simbólico prevê, além do comer, o desenvolvimento e reforço de laços sociais, bem como a comunhão de sentimentos.

Composta por regras e ritos, a comensalidade envolve a existência de hóspede e anfitrião, isto é, quem é convidado e quem recebe, em contextos de compartilhamento alimentar. Esse compartilhar à mesa envolve uma série de preceitos como a partilha de alimentos, a comunicação e a troca de ideias, o reconhecimento, a sociabilidade, os posicionamentos e as hierarquias, como os princípios de ordem e moderação, prescrições e proibições (BOUTAUD, 2011). Por exemplo, nos banquetes astecas, o posicionamento à mesa bem como a disposição dos utensílios e alimentos também indicavam a hierarquia de importância de cada comensal (LECOUNT, 2001). “O banquete é uma instituição cultural, um

ritual indispensável que cria redes de sociabilidade entre os homens, e entre os homens e os deuses...” (DUPONT, 1999 *apud* BOUTAUD, 2011, p. 1217).

Boutaud (2011) destaca ainda que na comensalidade “dois eixos essenciais de nossa humanização estão em questão, o horizontal e o vertical”. No que se refere ao eixo horizontal, a coesão bem como a congregação são essenciais: trata-se da comunhão à mesa, do encontrar, do reconhecer, se divertir. Já o eixo vertical diz respeito às regras, às hierarquias, aos lugares e os papéis que cada indivíduo representa.

Sob a premissa de que a hospitalidade é uma dádiva (CAILLÉ *et al.*, 2014; GODBOUT, 1997), o rito envolvendo o consumo ou troca de alimentos pode estar inserido no contexto em que as trocas tangíveis e intangíveis acontecem.

As trocas de alimentos em cenas de comensalidade são descritas desde a Antiguidade como elementos simbólicos de acolhimento e aproximação entre o convidado e o anfitrião (O’GORMAN, 2007). O autor explora a questão a partir do exemplo das passagens do Antigo e do Novo Testamento, em que são descritas regras de como o forasteiro ou o andarilho deveria ser recebido com respeito e hospitalidade, ou ainda de como alimentos (notadamente o pão e o vinho) são os símbolos materiais na mediação do primeiro contato entre o estranho e o anfitrião. Nesse último caso, observa-se que interagir por meio da oferta de alimentos é uma das estratégias mais bem-sucedidas na mediação de conflitos, acordos, negociações e como forma de se atenuar possíveis tensões ou a agressividade (O’GORMAN, 2007). Como exemplo, pode-se citar as práticas de oferecer banquetes e jantares entre reis e chefes de Estado em outras formas de interação política em diferentes períodos da história da humanidade (BOUDOU, 2017).

Compartilhar alimentos promove uma cena de hospitalidade. Boutaud (2011, p. 1213) alega que na comensalidade “todo ambiente se torna um cenário, a encenação da refeição, a encenação de si”. Assim, se colocam em cena os gostos, a identidade, bem como elementos de intimidade geralmente vivenciados por quem compartilha à mesa. Camargo (2015, p. 57) lembra que “toda cena hospitaleira é marcada por uma troca de dádivas e contradádivas. O convite feito ou o pedido de acolhimento aceito é uma primeira dádiva do anfitrião” à qual se seguem contradádivas.

Assim, um alimento pode assumir essencialmente três funções na hospitalidade: o de mediador da primeira interação entre estranhos como meio de atenuar tensões e agressividade; o de saciar uma necessidade fisiológica do hóspede; e, como rito de comer socialmente, que pode ser considerado também entretenimento e lazer. A comensalidade “assume então, um significado ritual e simbólico muito superior a simples satisfação de uma necessidade

alimentar” (BOUTAUD, 2011, p. 1213) e se estende às relações à mesa e à sociabilidade do comer, visto que é uma característica comum em todas as sociedades tradicionais e contemporâneas (BOUTAUD, 2011; GIMENES-MINASSE, 2017).

Estudos de comensalidade de cunho etnográfico descrevem as relações de hospitalidade entre várias tribos e sociedades tradicionais por meio de alimentos, como exemplo as práticas de acolhimento dos nativos da tribo de Ngadha que envolvem banquetes e a doação de porcos aos comensais (COLE, 2007).⁴ Dentre as pesquisas que exploram a comensalidade pode-se mencionar as de Selwyn (2000), Marshal (2005), Williams (1997), Dalli e Romani (2007), Lugosi (2008) e O’Regan, *et al.* (2019).

Selwyn (2000), por exemplo, procurou descrever os símbolos da hospitalidade contemporânea, ressaltando a comida como um de seus principais mediadores e como materialidade simbólica da hospitalidade. Argumentando que a hospitalidade existe assim como a dádiva na contemporaneidade, o autor se questiona onde elas ocorrem. Para responder essa pergunta, utiliza-se de dois elementos fundamentais da hospitalidade: a comida e a honra. Contudo, por meio da análise dos significados e das diferenças alimentares entre as diferentes castas existentes em uma vila na Índia revela a diferença abismal nos ritos alimentares entre as castas, como os tipos de alimentos consumidos, bem como os diferentes modos de preparo e cocção permitidos para cada grupo. Por meio das regras e leis da hospitalidade, descreve que, dependendo do contexto, o alimento pode ser um elemento de hostilidade, *status* ou representar perigo.

Pode-se também mencionar as contribuições de Marshall (2005) e Williams (1997). Marshall (2005) estudou como as experiências diferem quando a comida é consumida no contexto de rotina diária ou em ocasiões especiais, como em festas e celebrações tradicionais como a ceia de Natal. Já Williams (1997) estudou a diferença dessas experiências alimentares nas férias e no cotidiano, ressaltando o tempo dedicado às refeições e às preparações mais elaboradas durante as férias e feriados.

Dalli e Romani (2007) estudaram como as relações interpessoais determinam também o modo como os jovens consomem alimentos, sobretudo os italianos com o macarrão, descrevendo os significados e valores que eles atribuem a esse alimento, que está ligado a uma ancestralidade culturalmente enraizada. Já Lugosi (2008; 2014) observou que a hospitalidade associada a almoços, jantares de negócios e *happy hours* em ambientes corporativos e de

⁴ O estudo etnográfico analisou os ritos de acolhimento na tribo tradicional de Ngadha, em que se oferecia porcos como símbolo de hospitalidade; neste contexto, quanto maiores os porcos, maior o apreço por quem irá receber e maior o *status* e a riqueza do doador.

trabalho apoiam o funcionamento das organizações. Esse tipo de comensalidade pode ser descrito como um meio de fazer contatos, oferecer acolhimento, demonstrar poder ou causar boa impressão aos colegas e clientes (LUGOSI, 2014).

O'Regan, *et al.* (2019) descreveram o consumo de vinho associado à posição social, ou seja, como forma de iniciar ou manter vínculos sociais na China contemporânea (O'REGAN, *et al.*, 2019). O vinho, nesse caso, não é adquirido somente pelo conteúdo da garrafa e sim pelo o que ele representa, sendo consumido como uma forma de melhorar a imagem de si mesmo, impressionar os outros e, principalmente, como oferta de presente para tornar-se mais visível e admirável pelos outros. O presente na China representa tanto o receptor quanto o doador, portanto, a manifestação ostensiva da hospitalidade é um meio de suscitar reciprocidade e obrigação (O'REGAN, *et al.*, 2019).

A pesquisa de O'Regan, *et al.* (2019) revela que sob as relações de hospitalidade alguns alimentos representam diferentes significados, bem como serem atribuídos como símbolos culturais. Patico (2002) observou que na Rússia pós-soviética entre professores e alunos os presentes eram ofertados em resposta a favores particulares ou como um gesto extra de gratidão. Denominando algumas categorias, como o “presente universal”, que inclui caixas de chocolate, bebidas alcólicas e flores. Nesse sentido, verifica-se que na sociedade russa é comum as trocas e presentes serem parte da estratégia para obter coisas e favores, evidenciando muitas vezes sinal de bom trabalho, bom relacionamento ou como reconhecimento de semelhante.

Esses estudos evidenciam que pensar a comensalidade diz respeito não só ao compartilhamento da comida, mas também aos significados atribuídos aos alimentos e suas trocas, e exige considerar uma perspectiva social em que pessoas, objetos, ocasiões e ações são elementos integrantes da representação social e da comunicação (BELK, 2005; GODBOUT, 1998; WARDE, 1997).

Verifica-se que na hospitalidade contemporânea uma série de alimentos desempenham um papel de troca no receber e acolher o outro, como exemplos pode-se citar: o café, o vinho, o chá, o chocolate e o bolo (D'ONOFRE, 2017; GOULD, 2013; JOLLIFFE, 2006; PATICO, 2002; SERAPHIN, 2018). Nesse contexto, o chocolate merece destaque por sua versatilidade de funções e de significados que variam desde um alimento para presentear até um símbolo de *status* e distinção social.

2.3 O chocolate e a difusão de seu consumo: da América pré-hispânica para a Europa

Diante do objetivo de compreender as trocas e interações associadas ao chocolate, primeiramente foi necessário entender sua origem e um pouco de sua história.

O chocolate tem seu nascimento na América pré-hispânica onde era uma bebida sagrada e ritualística. Estudos mais recentes descrevem sua origem há mais de 5.000 anos na cultura maio-chinche, sociedade tradicional localizada em um território que hoje pertence ao Equador (ZARRILLO *et al.*, 2018).

Por ser de conhecimento científico que a árvore de cacau não é originária da América Central e sim da Floresta Amazônica na América do Sul, muitas suposições procuraram explicar como o cacau e o chocolate foram amplamente difundidos na América Central. Os estudos de Zarrillo *et al.* (2018) reforçaram as teorias de Sofie e Michael Coe (2007) de que os nativos maio-chinche tinham relações de troca com outras tribos da costa, bem como desenvolviam uma rota de trocas do Equador até Soconusco, na América Central, com os povos de toda costa do Pacífico. Basicamente, a interação consistia na troca de conchas, pedras preciosas, peles de animais, sementes de cacau, entre outros itens considerados valiosos. A partir disso, tanto o cacau, seu cultivo e o processamento do chocolate foram levados até a América Central onde foram difundidos consideravelmente (COE, COE 2007).

Os rituais sagrados que envolviam o chocolate aconteciam principalmente nas sociedades olmeca e maia, tendo seu ápice na sociedade asteca (LECOUNT, 2001). Os olmecas expandiram e aperfeiçoaram suas práticas e consumo, enquanto os maias e astecas propagaram sua cultura e cultivo. A importância do simbolismo relacionado ao chocolate nas culturas olmecas, maias e astecas é perceptível em características observadas tanto na vida pública quanto na vida privada e religiosa.

O livro sagrado maia Maya Quiché descreve os rituais envolvendo a bebida chocolate. Menciona-se como exemplos os trechos em que os deuses gêmeos filhos do criador do universo Hun Hunahpu, o deus do milho, foram mortos e decapitados por seres do mal e renasceram na família do rei maia Xibalban, tornando-se os heróis gêmeos Hunahpu e Xbalanqué que ressuscitaram o seu pai original. Logo depois, ascenderam ao céu como o sol e a lua. Na mitologia maia do chocolate, o deus gêmeo Hunahpu teria inventado o processamento do chocolate. Observa-se que para a cultura maia, dentre os elementos mais sagrados e vitais para a criação da humanidade, incluem-se o cacau, além do milho, fogo e água (COE, COE, 2007).

Na simbologia maia e asteca, o cacau fruto representava o coração humano, enquanto o chocolate representava o sangue, designando o termo líquido sagrado (COE, COE, 2007).

Cabe destacar que chocolate nas sociedades tradicionais da América Central e do Sul era preparado como uma bebida amarga elaborada a partir das sementes secas de cacau, largamente consumida pelos reis e guerreiros (NORTON, 2006; RODRÍGUEZ, 2012).

A civilização maia foi uma das principais responsáveis pela propagação do consumo da bebida chocolate e, assim como os astecas, tinha como hábito a celebração de rituais em honra aos deuses do cacau e a realização de rituais religiosos nas diversas fases de cultivo (COE, COE, 2007; LECOUNT, 2001). Entretanto, por conta da complexidade de sua produção, o chocolate era um alimento restrito e limitado a determinados grupos sociais como reis, deuses e guerreiros (COE, COE, 2007).

Na América pré-colonial, os ritos associados ao chocolate também eram relacionados à reciprocidade da troca e à dádiva, especialmente nos rituais religiosos, de sacrifício, em ritos de passagem como nascimento, casamento e morte; sendo que esses ritos e as cerimônias sagradas propiciavam aos povos tradicionais interações sociais, políticas e econômicas (COE e COE, 2007; LECOUNT, 2011). O ápice do uso sagrado do chocolate se revela na sociedade asteca, por meio das práticas rituais e sagradas associadas também aos sacrifícios ligadas ao seu consumo como bebida, que era denominada a bebida dos deuses, o sangue sagrado (COE, COE 2007). Tais ritos simbolizavam a reciprocidade da troca, que era sagrada e indispensável para a existência humana.

Os banquetes e rituais astecas merecem destaque, pois eram abundantes e luxuosos, principalmente os do rei Montezuma, grande adorador do chocolate. A riqueza e o luxo faziam parte dos banquetes, a abundância de comida e da bebida chocolate eram comuns, com o propósito de demonstrar poder (LECOUNT, 2001).

Segundo Coe e Coe (2007), um rito significativo que pode ser estudado como análogo ao *potlatch* (MAUSS, 2003) seria a prática e o ritual dos mercadores e comerciantes de cacau maias e astecas durante o século XIV (COE, COE, 2007). *Potlatch*, nos estudos de Mauss (1974), refere-se ao sistema de contratos e prestações totais e da contraprestação voluntária, desenvolvida nas sociedades tradicionais do noroeste americano. Tal prática, segundo Mauss (1974), seria uma forma extrema e agonística da troca. Os comerciantes astecas chamados de *pochteca* exerciam uma das funções mais importantes da época, transportar cacau, ou seja, transportar riqueza. Existiam 12 associações de mercadores, cada uma específica para determinado tipo de mercadoria, sendo que a categoria mais alta comercializava cacau, mantas, pedras, peles e plumas raras (CORREIO DA UNESCO, 1990). Esses comerciantes, por serem ricos e poderosos, eram obrigados a oferecer banquetes abundantes em honraria aos deuses

mercadores, com oferendas e presentes, tanto para retribuir a riqueza quanto para serem promovidos de categoria dentro da classe comerciante.

Nesse contexto, é possível fazer uma analogia ao Potlatch norte americano, visto que os *pochteca* ofereciam tudo o que haviam conseguido ao longo das atividades de comércio, isto é, configurando uma prestação total⁵ (COE, COE, 2007). Os convidados de tais banquetes, em retribuição, deveriam depois oferecer um banquete também, com a mesma abundância ou ainda maior para o anfitrião e comensais (COE, COE, 2007; LECOUNT, 2001).

Com a chegada dos colonizadores na América Central no século XV, os espanhóis foram apresentados ao chocolate pelo rei Montezuma, que acolhia seus hóspedes com a oferta da bebida renomada. Desse modo, os espanhóis começaram a apreciar a bebida especialmente por ser fonte de energia, dar saciedade e bem-estar (COE, COE).

Segundo a literatura, teria sido o conquistador espanhol Hernán Cortés o responsável por demonstrar a preparação e introduzir a bebida do Novo Mundo na corte espanhola. Durante alguns anos, o preparo e o consumo do chocolate foram restritos à corte espanhola. De acordo com Coe e Coe (2007), a assimilação da bebida ultrapassou barreiras linguísticas, sanitárias e eclesiásticas e com o tempo, segundo Braga (2006), ela foi se popularizando entre a nobreza europeia, em países como: a Itália, Holanda, França e Inglaterra.

A relação histórica entre a Igreja Católica e o chocolate teve início com as conquistas espanholas no século XVI e a atuação dos clérigos espanhóis na América. Os dominicanos, capuchinhos, franciscanos e jesuítas foram os primeiros missionários católicos a adotar algumas das práticas culturais dos índios nativos, como consumir a bebida chocolate. Os jesuítas, inclusive, envolveram-se em todos os aspectos da produção do chocolate, principalmente no Paraguai e no Brasil, onde eram responsáveis por diferentes etapas, desde o cultivo do cacau, a fiscalização da fazenda e das plantações, até seu envio para a Europa.

No princípio de seu consumo na Europa do século XVI, o chocolate era um produto muito caro e de alcance limitado aos nobres e ricos (ANTINUCCI, 2016). Claramente considerado um alimento de distinção, o chocolate passou a ser consumido nos famosos cafés na Inglaterra, Itália e França, que no final do século XVI serviam chá, café e o chocolate quente (BRAGA, 2006). Nesse sentido, Braga (2006) descreve o consumo do chocolate na Europa

⁵ Prestação total, segundo Mauss (1974, p. 47), o *potlatch* designa a “prestação total de tipo agonístico”. Implica um desenvolvimento de rivalidade, com maior institucionalização da competição. No *potlatch*, a troca, em parte substitui a guerra, com um significado de rivalidade, triunfa quem doa mais; no *potlatch*, o chefe da tribo deve oferecer tudo o que possui e nada guardar, designando uma prestação total.

associado ao *status* e ao luxo, destacando a expansão dos cafés no século XIX como locais frequentados pela elite, por políticos e intelectuais.

Ao analisar o consumo do chocolate na Europa do século XIX, Norton (2006) denomina-o como um alimento de distinção e exótico, de modo que o exótico era associado ao *status* e a moda da época. Ao contrário do que a maioria dos historiadores escrevem, Norton (2006) afirma que o que os espanhóis fizeram foi justamente não alterar o chocolate para se adequar às predileções do gosto europeu. Na verdade, inicialmente os europeus se adequaram e desenvolveram um gosto pelo chocolate indígena, procurando recriar a mesma experiência do chocolate da América na Europa. A migração desse hábito do chocolate, segundo Norton (2006), levou à transmissão transcultural de gostos.

De acordo com Smith (2008) e Coe e Coe (2007), o estímulo ao consumo do chocolate esteve ligado diretamente à expansão comercial dos países colonizadores europeus e ao consumo e produção de açúcar. Ao estudar o consumo de bebidas quentes entre 1500 e 1900, Smith (2008) descreve o consumo de chocolate e a questão do vício nessas bebidas por conterem alcaloides,⁶ creditando o rápido consumo ao fato de serem estimulantes, energéticas e viciantes.

Sob outra perspectiva, Granado (2017) discute a expansão do consumo de chocolate pelo viés econômico e político, indicando o alimento como impulsionador econômico para os países com colônia de exploração agrícola voltados para a exportação no período que antecedeu a grande guerra entre 1870 e 1914. O autor defende que a produção e o consumo do chocolate funcionaram no período como um sistema aberto e estratégia política, provocando uma interação contínua entre diversos elementos que geraram inovações.

A invenção do chocolate ao leite pelo suíço Daniel Peters no ano de 1875 foi uma dessas importantes inovações, (BECKETT, 2000; MINIFIE, 1989) assim como a produção do chocolate em barra, popularizado pelas fábricas inglesas Fry e Cadbury, juntamente com os suíços no século XIX (BELK, COSTA, 1998). Nesse período, com a adição da manteiga de cacau extraída das amêndoas de cacau, se deu origem das barras com textura uniforme e de derretimento suave na boca, surgindo assim importantes fabricantes de chocolate, como os ingleses Quakers: Frys, Roundtree, Terry, Cadbury; os suíços Calvinistas: Suchard, Nestlé, Lindt, Tobler; e, o americano Mennonite: Hershey (BELK, COSTA, 1998).

⁶ Alcaloides são substâncias que podem ser encontradas no café, no chocolate e nos chás. No café é denominada cafeína, no chocolate teobromina e no chá teína. Tais substâncias são estimulantes e atuam no sistema nervoso central podendo gerar sensação de saciedade e dependência.

Devido ao crescente consumo dos derivados do cacau e a popularização das barras de chocolate, novas áreas de plantio de cacau foram implementadas e o cultivo também passou a ser desenvolvido no Equador, Venezuela, Gana, Nigéria, Camarões, Costa do Marfim e Brasil, países com clima propício, o que logo permitiu a prosperidade das lavouras (BECKETT, 2000, COE, COE, 2007).

No ano de 1730, o preço do chocolate na Inglaterra era elevado, o que restringia seu consumo a uma restrita gama de pessoas (FULLER, 1994). Foi no século XIX que os negócios do ramo chocolateiro expandiram significativamente em virtude da demanda por um luxo que se tornara mais acessível: os bombons de chocolate (COE, COE, 2007; BELK, COSTA, 1998).

Inúmeras campanhas publicitárias, embalagens luxuosas e caixas especiais para presentes (como a caixa do dia dos namorados em formato de coração introduzida por Richard Cadbury no ano de 1861) também ajudaram a estimular os desejos dos consumidores (FULLER, 1994). Nos Estados Unidos, o pioneiro na fabricação das barras de chocolate ao leite foi Milton Hershey que, em 1900, criou a fábrica Hershey Chocolate Company e acabou se tornando um dos maiores fabricantes de chocolates no mundo. Tais estratégias influenciaram na consolidação do consumo de chocolate como um item de desejo e de satisfação, presente em diversos contextos como em cenas de hospitalidade.

No Brasil, até a década de 1990, o foco de produção era voltado para o mercado do cacau, conhecido mundialmente como um dos maiores exportadores de amêndoas de cacau, esse cenário vem mudando com a produção de chocolates sendo cada dia mais valorizada no país.

2.4 O contexto do chocolate no Brasil

Existem diversas terminologias e classificações dentro do universo dos chocolates com a finalidade de explicar os principais tipos de chocolates existentes no Brasil, algumas dessas classificações serão descritas para contextualizar o consumo e a produção. O chocolate mais consumido no país é o ao leite, produzido com o acréscimo de leite e açúcar; já o chocolate meio amargo ou intenso (amargo é o termo popular para designar a intensidade de cacau) deve conter uma quantidade maior de cacau e menos açúcar em sua elaboração, podendo levar leite ou não. O chocolate branco na realidade não leva massa de cacau, somente a sua gordura, isto é, é elaborado com manteiga de cacau, leite em pó e açúcar (CEPLAC, 2018).

Na maioria das vezes, o ingrediente de maior quantidade nos chocolates comuns é o açúcar, também o primeiro a ser descrito no rótulo, seguido dos outros ingredientes. Para o

chocolate ser considerado mais puro, além do açúcar e o leite, ele deve levar em sua composição somente ingredientes advindos do próprio cacau, como a gordura de cacau e massa de cacau, sendo que ingredientes como outras gorduras vegetais, aromatizantes, essências, entre outros ingredientes extras não fazem parte de um chocolate mais puro.

Para além dos chocolates em barra, a Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados (ABICAB, 2019) descreve que o mercado possui uma gama enorme de produtos que incluem o chocolate em sua fabricação, como: doces recobertos por chocolate, confeitos, biscoitos, bolos e bombons com recheios a base de chocolate.

Dentre as principais indústrias brasileiras de chocolate encontram-se o Grupo CRM, detentor da Kopenhagen e da Chocolates Brasil Cacau, a Cacau Show e a Chocolates Garoto. Contudo, existem outras marcas disponíveis no mercado brasileiro como: a Nestlé, Lacta, Lindt, Hershey's, entre outras, oferecendo desde produtos mais simples até mais complexos e caros.

Além da variedade de marcas e oferta de chocolates, no Brasil há várias denominações para os chocolates de melhor qualidade: chocolates finos, chocolates especiais, chocolates *gourmet*. Há também outras denominações que dizem respeito a processos de produção específicos, mas que também estão associados aos chocolates de qualidade superior: com indicação geográfica, *bean to bar* ou *tree to bar*. Cada denominação corresponde a um processo diferente, ou ainda, o mesmo processo com termos diferentes (FRANGIONI, 2020).

Segundo a CEPLAC (Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira), no Brasil, para ser considerado chocolate fino, o chocolate deve reunir uma maior concentração de resíduos sólidos do cacau, como o líquido⁷ de cacau e a manteiga de cacau. Além disso, os ingredientes devem ser de alta pureza, bem como a fermentação e a torra das sementes de cacau controladas adequadamente, para maior qualidade sensorial (CEPLAC, 2018). Além disso, o pós-processamento das amêndoas de cacau é fundamental, já que a fermentação, torra, mistura, conchagem⁸ e produção da barra de chocolate precisam de determinadas técnicas especiais, diferenciadas das usuais da indústria, mantendo assim, qualidades sensoriais como aromas e sabores característicos de um chocolate de alta qualidade (BADARÓ, OLIVETTO, 2016; CEPLAC, 2018).

Um chocolate com indicação geográfica de origem indica que aquele chocolate foi produzido com cacau de uma determinada região, como é o caso do chocolate feito com o cacau

⁷ É o chocolate puro em sua forma bruta, a massa obtida com a trituração das sementes de cacau.

⁸ Conchagem é uma das últimas etapas no processo de produção do chocolate, ele consiste em misturar o chocolate em uma máquina a uma temperatura de aproximadamente 60°C, por 8 horas aproximadamente. Esse processo serve para temperar e dar estabilidade ao chocolate.

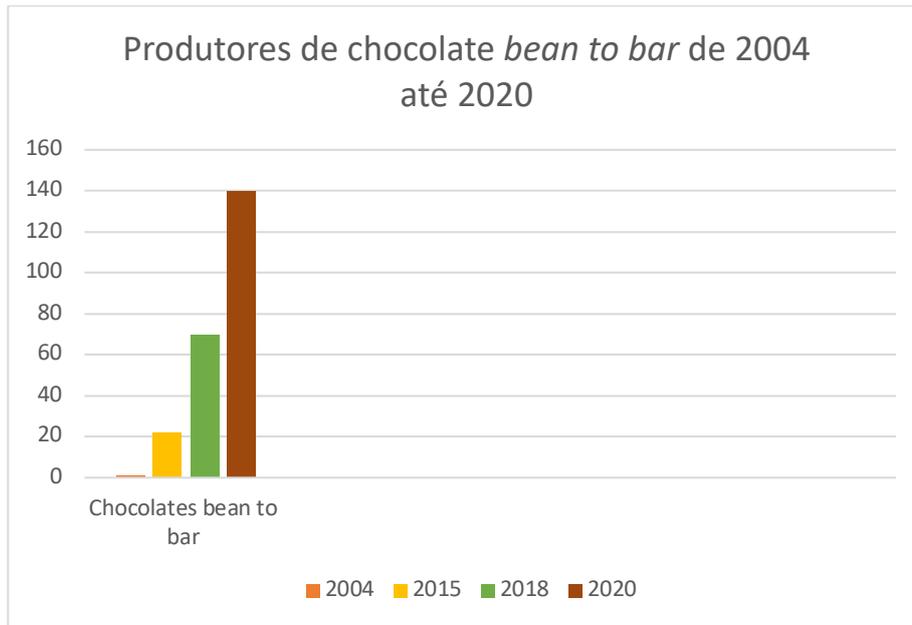
do sul da Bahia, sabe-se que foi produzido com o cacau daquela região específica (ACSB, 2019). Já um chocolate de origem indica a origem do cacau, por exemplo: origem Venezuela, origem Brasil.

Um tipo de chocolate que vem crescendo nos últimos anos no mercado brasileiro é o chocolate *bean to bar*, traduzido para o português “da amêndoa à barra”, bastante usual entre os produtores de chocolates especiais. Apesar do processo existir desde o surgimento do chocolate, o termo nasceu no final da década de 1990 na Califórnia, nos Estados Unidos, por produtores artesanais de chocolate, como forma de se diferenciar da grande indústria do chocolate (GILLER, 2017). Esse processo consiste em utilizar a amêndoa de cacau na sua forma íntegra para fazer seu próprio chocolate, ao invés de comprar as barras ou pastas de cacau prontas. Nesse caso, a amêndoa não é necessariamente produzida pelo chocolateiro, entretanto, o fabricante de chocolate deve procurar assegurar a qualidade e a procedência das amêndoas de cacau (SALTINI, 2013).

Outro tipo de chocolate especial existente, porém produzido em menor escala no Brasil, é o *tree to bar*, “da árvore à barra”, que envolve todo o sistema da cadeia produtiva do chocolate por envolver todas as etapas de produção, desde o plantio do cacau até a barra de chocolate: o produtor fabrica suas próprias amêndoas de cacau. De acordo com Badaró e Olivetto (2016), a grande vantagem desse sistema é o controle sobre todas as etapas de produção, desde o plantio do cacau, desde a árvore, seleção dos frutos, fermentação e secagem da amêndoa, até a produção da barra de chocolate, o que é essencial para se fazer um produto de qualidade.

Os chocolates, de maneira geral, são vendidos em diversos tipos de comércio, como supermercados, *delicatessens*, padarias, docerias, lojas específicas e especializadas. Em menor escala, os chocolates especiais geralmente são comercializados em lojas específicas, como exemplo as marcas famosas Dengo chocolates, *Chocolat du Jour*, Luisa Abram chocolates, entre outras. Somente em São Paulo esse número triplicou no ano de 2018 (FRANGIONI, 2020).

Figura 1 - Crescimento de produtores de chocolate *bean to bar* no Brasil



Fonte: Associação Bean to bar Brasil, 2020.

Tendo em vista que o consumo de chocolate no Brasil aumentou consideravelmente desde o ano de 2015 e, especialmente, nos últimos 3 anos (ABICAB, 2020; ACCB, 2020), o gráfico da figura 1 ilustra que no ano de 2004 existia apenas uma marca de chocolate *bean to bar* no Brasil, o número passou para 20 no ano de 2015, com um salto para 70 produtores no ano de 2018, que foi duplicado no ano de 2020, passando para 140 produtores de chocolates *bean to bar*, de acordo com a Associação Bean to Bar Brasil (2020). Tal tendência pela demanda por chocolates pode ser destacada pelo fato de grandes produtores de chocolates como a Cacau Show e a Lindt Brasil abrirem novas lojas por todo país, além do investimento em novas linhas de produção específica começarem a comercializar linhas de chocolates de origem e chocolates mais puros. A inserção das grandes indústrias no mercado de qualidade superior do chocolate se deve também por conta da mudança da apreciação do consumidor brasileiro em relação ao chocolate e pelo fato de ser um novo nicho de mercado (SATO, PÉPECE, 2013).

Um exemplo desse processo é a já mencionada Cacau Show, que inicialmente trabalhava com e chocolates mais simples, mas que inseriu em seu portfólio uma linha *bean to bar* com chocolates intensos e de qualidade superior.

Verifica-se que as grandes indústrias de chocolates no mundo seguem padrões industriais de produção, como exemplo a Nestlé, Hersheys, Lindt. Embora algumas dessas grandes indústrias de chocolates possuam linhas de chocolates mais puros, no Brasil existe um agravante: a legislação brasileira não estabelece proibições ou ao menos limites ao uso de, por

exemplo, gorduras vegetais, diferentemente da Norma 2000/36/EC⁹ em vigor nos países participantes da União Europeia. Além disso, não há obrigatoriedade na norma brasileira de informar detalhes técnicos, como o tipo específico de gordura empregado nessas formulações e as proporções dos ingredientes utilizados, o que dificulta o discernimento por parte do consumidor. Em relação ao chocolate ao leite, por exemplo, a exigência brasileira é de no mínimo de 25% de sólidos do cacau estabelecidos pela Resolução RDC nº264, enquanto na Europa o mínimo permitido é de 35% de cacau na fabricação do chocolate.

Contudo, no ano de 2019 foi criada uma nova normativa para regulamentar que até o ano de 2027 os chocolates brasileiros contenham um mínimo 27% de cacau em suas formulações. Além disso, com a demanda por uma produção mais sustentável e as mudanças nos métodos de produção do cacau, as relações envolvendo a cultura do chocolate também estão mudando, fato demonstrado por ações como a criação da Associação “Bean to Bar no Brasil”, em 2018, e da “Associação Cacau Sul-Bahia” também em 2018.

Traçado esse panorama, observa-se que o chocolate foi escolhido para este estudo devido aos diferentes significados e funções atribuídas a ele (BELK, COSTA, 1998), constituindo-se dessa forma um objeto de pesquisa propício para a investigação das relações de hospitalidade na contemporaneidade.

2.5 O chocolate e seus significados

O consumo mundial de chocolate aumentou consideravelmente em 30% nos últimos seis anos. (ABICAB, 2019). Apesar do aumento do consumo no mercado de chocolates por conta da diminuição do preço e com o aumento da produção em massa, ele ainda se manteve como um alimento particular e exclusivo. Ao contrário do chá e do café que são consumidos diariamente em certas refeições, o chocolate não se tornou um alimento essencial (COX, 1993). Seria análogo ao que James (1990) denominou de “alimento liminar” ou *foodstuff*, se posicionando entre os alimentos comuns - os que nos nutrem - e os alimentos *junk foods*, que consideramos supérfluos e não alimentares. Apesar deste último termo ser pejorativo, James (1990) defende que o caso do chocolate se refere mais a uma conotação de “não alimento”, como algo similar a um presente gustativo. Enquanto alimento extraordinário, o chocolate não é item obrigatório nas dietas cotidianas, estando mais associado com múltiplas ocasiões e mais

⁹ Norma Diretiva 2000/36/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de junho de 2000, relativa aos produtos de cacau e de chocolate destinados à alimentação humana que estabelece porcentagens de cacau e uso de ingredientes extras aos produtos à base de cacau.

específicas, fora da rotina, além de servir para ocasiões festivas como aniversários, Natal e Páscoa, entre tantas outras comemorações (MOERAN, SKOV, 1993).

Belk e Costa (1998) destacam, por meio de uma análise de gênero no consumo do chocolate, mudanças no significado simbólico entre diferentes sociedades: enquanto no seu local de origem, na América Central, o chocolate representava uma prerrogativa da elite masculina, após sua disseminação pela Europa seu consumo foi relacionado ao feminino. Belk e Costa (1998, p.181, tradução livre) assinalam esse fato como uma junção crítica:

A dimensão plena de gênero do consumo de chocolate tornou-se tal que as mulheres eram vistas como necessitadas e sem controle por doces, com terminologias diminutivas, associadas ao consumo e a serem consumidas, além de fracas, românticas e sexuais.¹⁰

Belk e Costa (1998) identificam também a conotação de *chocolatra* como associada majoritariamente às mulheres, devido ao fato delas exporem mais sobre seu consumo e ao fato de as indústrias construírem narrativas de consumo de chocolate voltadas principalmente para o público feminino, o que terminou por construir uma imagem da necessidade feminina por doces e mascarar, de certo modo, seu consumo no meio masculino.

O consumo de chocolates na atualidade também pode estar relacionado a uma prática ritual (ZARANTONELLO; LUOMALA, 2011). Nesse sentido, o chocolate pode servir como mediador dos rituais de encontros sociais, podendo proporcionar uma dádiva quando seu significado sociocultural é entendido de forma semelhante tanto pelo doador quanto pelo receptor. Os diversos contextos do consumo de chocolate estão relacionados a diferentes sensações, sentimentos e comportamentos que moldam e definem experiências ligadas ao chocolate. O chocolate também está relacionado a uma manobra mental, por meio da satisfação sensorial e gratificação pessoal, como consumo conspícuo: desejo, admiração, inveja e ressentimento (ZARANTONELLO; LUOMALA, 2011).

Outro uso comum do chocolate está associado ao ato de presentear. O contexto de presentear com chocolate é um dentre variados contextos que estão associados às relações de hospitalidade. Tal contexto foi explorado por pesquisas desenvolvidas com o intuito de compreender as motivações e os sentimentos associados ao chocolate. Os presentes fazem amigos, celebram laços humanos e expressam amor. Embora estudos das práticas contemporâneas de troca de presentes também revelem sua ambivalência, ansiedade, conflitos e resistência (SHERRY, 1989;1993).

¹⁰ Trecho original: The full gendered dimension of chocolate consumption became such that women were seen as in need of control, sweet rather than serious, diminutive, associated with consumption and to be consumed, as well as weak, romantic and sexual.

Para distinguir a estratégia que induz o ato de presentear, é essencial avaliar “a motivação, a intenção, a reação e o *status* de cada indivíduo em relação ao outro” (SHERRY, 1983, p. 162). A frequência e o valor do presente, de algum modo, demonstram a importância de um relacionamento, por outro lado, pode também representar uma imposição (GOUDBOUT, 1997; SHERRY, 1983). Entretanto, na hospitalidade, a expectativa de iniciar ou manter uma relação não é garantida pela expectativa de agradar o receptor, visto que o exagero ou a falta de presentes também pode exercer um papel importante nessa interação (GOUDBOUT, 1997).

Belk (2010) explica que a doação de presente unidirecional não é comum, geralmente espera-se reciprocidade, a menos que o receptor seja muito jovem como crianças, ou muito mais velho, tal fato também pode ocorrer em ritos de passagens e em determinados ciclos da vida, como nascimentos, casamentos, funerais. Fazer parte de uma rede de troca de presentes ou ser convidado para uma celebração com presentes como uma festa de aniversário é um sinal de inclusão e vínculo social. Nesse caso, além da oferta de presentes, existe o compartilhamento de comida e bebida oferecido por parte do anfitrião. De modo que tal prática em uma celebração é caracterizada pelas trocas, evidenciada pela doação de presentes e pela comensalidade entre os convidados, isto é, o comer socialmente.

Outro aspecto da prática de presentear diz respeito ao autopresente. Mick e DeMoss (1990) ao estudarem tal prática reconhecem aspectos positivos de autopresentes, com significados de recompensa, de autoestima, de satisfação, contudo, explicam que interpretar indulgências a si mesmo como um presente, pode também, em alguns casos, representar comportamentos como compulsão, depressão, entre outros. Nesse contexto, o chocolate pode estar associado ao aspecto do conforto e como alívio emocional, como os alimentos *comfort food* que remontam à memória afetiva (GIMENES-MINASSE, 2016).

Sherry (1993) também traz a perspectiva da troca problematizada, assim, ressalta a importância do valor simbólico da troca, que por vezes é passível de ambivalência, associado a algo que pode ser exótico a cultura, que, dependendo do caso, pode ser percebido como arrogância contradição ou certa negatividade.

CAPÍTULO 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste estudo, as premissas epistemológicas estão alinhadas ao construtivismo. De acordo com Guba e Lincoln (1994; 2013), os sistemas de linguagem e símbolos verbais e não verbais são como um guia e, nesse sentido, não existe uma definição única de mundo, de verdade e de realidade. Para o pensamento construtivista, definições e construções de significado acontecem por meio das trocas sociais e da intersubjetividade compartilhada de significado e conhecimento, de modo que, a “construção coletiva de significados é elaborada por meio das convenções sociais da linguagem e dos processos sociais de comunicação” (SCHWANDT, 1998, p. 241). Nesse sentido, tal abordagem epistemológica se demonstra de natureza hermenêutica, isto é, a busca pelo entendimento sobre a realidade por interpretação (GRIZOSTE, 2014).

Neste trabalho, buscou-se desenvolver descrições, construções e orientações de como os sujeitos se comportam em uma relação de hospitalidade em contextos associados ao chocolate. Para tanto, partiu-se de um plano metodológico de caráter qualitativo, tendo em vista a intenção de compreender o processo de construção de significados e a interpretação dos significados em si (GRIZOSTE, 2014). Tais achados foram analisados com base na hermenêutica, de forma indutiva com base na observação e interpretação de diários e entrevistas (a explicação de como foi realizada a análise dos resultados está descrita no item 3.5 Análise dos dados).

Esta pesquisa foi desenvolvida em 5 fases: a primeira, foi a pesquisa bibliográfica. A segunda fase, foi desenvolvida a partir de uma pesquisa exploratória virtual e a testagem dos instrumentos de coleta de dados. A terceira fase foi composta pela aplicação do diário e da realização de entrevistas em profundidade. Na quarta fase, os dados foram sistematizados, objetivando a redação final do texto desta tese, isto é, a quinta fase que está ligada à construção do capítulo com os resultados e a discussão dos mesmos, a figura 2 apresenta como foi desenvolvido o percurso metodológico da pesquisa.

Figura 2 - Desenvolvimento do percurso metodológico da pesquisa



Fonte: A autora (2021).

O percurso metodológico bem como organização dos pressupostos e objetivos da pesquisa são visualizados mais facilmente na matriz de amarração metodológica, apresentada no quadro 1.

Quadro 1 - Matriz de amarração metodológica

MATRIZ DE AMARRAÇÃO METODOLÓGICA				
Objetivos	Pressupostos	Embasamento teórico	Procedimento metodológico	Base para a análise
Geral: Compreender as relações de hospitalidade sob influência do chocolate.	O chocolate é um importante mediador de hospitalidade na contemporaneidade.	Dinâmica sociocultural das relações de hospitalidade e das trocas (Caillé <i>et al.</i> , 2014; 2019; Godbout, 1997; Gotman, 1997).	Pesquisa bibliográfica (Bauer e Aarts, 2010); diário (Alaszewski, 2005; Bolger, 2003; Hyers, 2018); e entrevistas em profundidade (Mack <i>et al.</i> , 2005; Fischer <i>et al.</i> , 2014).	Hermenêutica (Guba e Lincoln, 2013; Thompson, 1994, 1997).
Identificar como o chocolate se insere nas relações de hospitalidade contemporâneas.	A intenção/motivação inicial envolvendo o consumo de chocolate pode ser diferente da relação de hospitalidade que venha a ser instituída (ex: a intenção de agradar alguém com chocolate pode ser interpretada de modo diverso pelo receptor).	A hospitalidade como dádiva e relação social (Caillé <i>et al.</i> , 2019; Godbout, 1997; Lugosi, 2016).	Pesquisa bibliográfica (Bauer e Aarts, 2010); diário (Alaszewski, 2005; Bolger, 2003; Hyers, 2018); e entrevistas em profundidade (Mack <i>et al.</i> , 2005; Fischer <i>et al.</i> , 2014).	Hermenêutica (Guba e Lincoln, 2013; Thompson, 1994, 1997).
Analisar as motivações, contextos e sentimentos associados ao chocolate nas relações de hospitalidade;	Os significados associados ao chocolate e sua interpretação permitem ajudar no entendimento da hospitalidade na contemporaneidade.	Hospitalidade como relação (Godbout, 1997; Gotman, 1997). Dádiva e presentear (Caillé <i>et al.</i> , 2014; Sherry, 1983).	Diário (Alaszewski, 2005; Bolger, 2003; Hyers, 2018) e entrevistas em profundidade (Mack <i>et al.</i> , 2005; Fischer <i>et al.</i> , 2014).	Hermenêutica (Guba e Lincoln, 2013; Thompson, 1994, 1997).
Analisar como os diferentes contextos associados ao chocolate mediam e (re)definem relações de hospitalidade;	As relações de hospitalidade podem ser positivas ou negativas, instituídas ou modificadas e, quando associadas ao chocolate permitindo promover encontros sociais, satisfação, ansiedade. Tais contextos de relações de hospitalidade são de aproximação, reconciliação, retribuição, hostilidade.	Dinâmica sociocultural das relações de hospitalidade e das trocas (Caillé <i>et al.</i> , 2014; 2019; Godbout, 1997; Gotman, 1997; Camargo, 2015).	Diário (Alaszewski, 2005; Bolger, 2003; Hyers, 2018) e entrevistas em profundidade (Mack <i>et al.</i> , 2005; Fischer <i>et al.</i> , 2014).	Hermenêutica (Guba e Lincoln, 2013; Thompson, 1994, 1997).

Fonte: A autora (2019).

De acordo com a matriz, os pressupostos descritos no quadro 1 são baseados no referencial teórico dos capítulos 1, 2 e 3.

3.1 Pesquisa Bibliográfica

Tendo em vista a base epistemológica adotada e os objetivos da pesquisa, o foco principal desta etapa foi o de encontrar e conhecer os trabalhos desenvolvidos sobre chocolate,

hospitalidade e dádiva nas áreas de conhecimento das ciências sociais e humanas e ciências sociais aplicadas.

O primeiro levantamento de dados foi desenvolvido nas bases de dados Scielo, Spell, Scopus e Portal de Periódicos da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior), por serem as de maior acesso e representatividade científica, no período de janeiro a setembro do ano de 2019. Utilizou-se inicialmente como termos de busca, hospitalidade, dádiva, chocolate (pesquisados em língua portuguesa e inglesa), sem limitadores temporais.

Usando o termo “chocolate” foram encontrados 4.270 documentos somente no Portal de Periódicos da CAPES. Os documentos abarcavam praticamente todas as áreas de conhecimento, desde as ciências da saúde até as ciências exatas e da terra, o que demonstra a pluralidade dos estudos sobre esse alimento. Em seguida, uma busca com os termos hospitalidade, dádiva e chocolate foi realizada em todas as bases de dados descritas anteriormente, resultando em 487 documentos com temáticas diversas, principalmente nas áreas de conhecimento das ciências sociais e humanas.

Ainda no Portal de Periódicos da CAPES foi realizada uma nova busca inserindo os termos, troca, comensalidade combinadas com o termo chocolate, assim como suas respectivas traduções em inglês. Foram excluídos os estudos das áreas da saúde e de tecnologia de alimentos. Desse levantamento foram selecionados livros, artigos científicos e capítulos de livros, das áreas de história, sociologia e antropologia relevantes para a discussão da hospitalidade, todos lidos na íntegra, baseando-se no procedimento sugerido por Bauer e Aarts (2010) de seleção qualitativa dos documentos, em que se deve selecionar, analisar e selecionar de novo, totalizando um *corpus* com 42 documentos.

Na base de dados Spell, o termo chocolate resultou em sete documentos provenientes das áreas de administração, *marketing* e turismo. Associando esse termo ao de hospitalidade não se obteve nenhum resultado.

A pesquisa na base de dados Scopus resultou em um número maior de trabalhos: o termo chocolate resultou em 10.808 documentos associados a diferentes áreas de conhecimento. Desses, 3.729 eram estudos de medicina; 3.618 pesquisas na área de agricultura e ciências biológicas; 1.550 na área de bioquímica, genética e biologia molecular; 1,233 estudos de enfermagem e cuidados; a área de ciências sociais resultou em 613 artigos; em artes e humanidades com 399 estudos; negócios e administração com 350 artigos e, por fim, economia e finanças com 136 resultados.

Quando a busca foi associada a outros termos, os resultados modificaram bastante. Por exemplo, quando associado ao termo hospitalidade, obteve-se o resultado de quatro documentos

somente, um deles sendo uma pesquisa na área de turismo, outro na área de teatro, um artigo na área de história, por fim, um trabalho na área de nutrição e ciências dos alimentos. Quando adicionado o termo comensalidade na busca, obteve-se apenas dois artigos e, o termo dádiva, a busca resultou apenas em um (1) resultado.

Esta primeira fase permitiu conhecer melhor o universo das pesquisas de cada temática. Posteriormente, uma segunda pesquisa bibliográfica foi realizada nas mesmas bases de dados, no período de setembro de 2019 a dezembro do mesmo ano, com o intuito de refinar os dados de acordo com o foco desta pesquisa. O objetivo foi analisar quais trabalhos das áreas de ciências sociais e humanas e ciências sociais aplicadas estavam sendo desenvolvidos sobre as temáticas da hospitalidade e chocolate, e quais eram pertinentes para esta pesquisa.

Para tanto foram inseridos os termos indexadores hospitalidade, chocolate, troca, dádiva, vínculo social, assim como suas respectivas traduções em inglês e combinações. Assim, foram excluídos os estudos que não se relacionavam com a preocupação desta tese, como ciências da saúde, tecnologia de alimentos e nutrição. De modo que, o total de 48 documentos foram encontrados nas fases 1 e 2 da pesquisa bibliográfica.

Para analisar o material, utilizou-se o procedimento sugerido por Thompson (1994; 1997) e Guba e Lincoln (2013) de leitura e análise exploratória e interpretativa, um procedimento de pesquisa com uma abordagem crítica e relativística da hermenêutica, que tem como apoio o papel ativo do sujeito na análise e interpretação da produção do conhecimento. Thompson (1997) destaca ainda que para o pesquisador é importante identificar o contexto histórico, as estruturas narrativas e metodológicas. Esse processo é importante para a interpretação e organização da teoria com a construção dos achados empíricos.

De modo que, desta primeira análise, as principais temáticas emergentes foram: troca, presente, recompensa, satisfação, consumo, comensalidade, hospitalidade, *status* e encontros. O processo da pesquisa bibliográfica foi importante no momento de organizar e desenvolver os instrumentos de coleta de dados, bem como na fase das entrevistas.

3.2 Pesquisa de campo preliminar

A pesquisa de campo preliminar foi realizada a partir de uma pesquisa exploratória virtual, como meio de explorar o contexto dos chocolates bem como os atores sociais relacionados ao seu consumo e produção no Brasil. Além disso, esta etapa foi importante para conhecer e convidar possíveis respondentes para a pesquisa. Os itens a seguir apresentam cada uma destas iniciativas.

3.2.1 Pesquisa exploratória virtual

Esta fase exploratória procurou conhecer o contexto dos chocolates no Brasil, bem como analisar a comunidade on-line de interessados em chocolate e convidar possíveis respondentes para participar da etapa subsequente da pesquisa, com os diários e, se necessário, as entrevistas.

Um diário de campo foi utilizado pela autora para anotações, descrição e organização dos dados observados na rede, mais especificamente em sete perfis da rede social Instagram,¹¹ um grupo do Facebook, dois *blogs*, além da participação em uma atividade virtual, uma degustação on-line de chocolates. Tais plataformas digitais foram escolhidas pela diversidade de perfis, o grupo do Facebook por ser mais popular e heterogêneo, o Instagram por ser mais específico e voltado para comunidade de chocolates. Também houve interação on-line com alguns membros da comunidade por meio de troca de postagens, mensagens, palestras e conversas realizadas por meio do Instagram e do YouTube.

Foi possível identificar que, de forma semelhante como aponta Quintão (2015), a comunidade on-line de chocolates possui uma constituição heterogênea, composta por: membros conhecedores (que possuem algum tipo de conhecimento), membros apreciadores (consumidores comuns de chocolate) e especialistas.

Neste senso, investigou-se as manifestações dos atores no ambiente virtual no período entre agosto de 2019 a dezembro de 2020, acompanhando as interações on-line de mensagens e comentários de consumidores e especialistas de chocolate.

Por exemplo, a comunidade do Facebook denominada “Eu amo chocolate: Página dedicada a todos os fãs de chocolates” existe desde o ano de 2010 e hoje possui 112.579 mil seguidores. Os membros interagem por meio de fotos e postagens relacionadas a chocolates, alimentos e receitas com chocolate e expressam opiniões sobre sabores e os variados tipos de chocolates, além de dicas e informações sobre preços, filmes e séries relacionadas ao tema. Muitos seguidores da comunidade utilizam o espaço para expressar para os colegas suas impressões e avaliações sobre o consumo de chocolates, bem como suas preferências.

No dia 31 de março de 2020, uma postagem que movimentou o perfil foi relacionada à polêmica sobre a preferência por chocolate branco ou preto, sendo que 68% das pessoas optaram pelo chocolate preto, como comentários como: “Entre esses dois prefiro o preto, mas o meu preferido mesmo é o ao leite!”. Entretanto, foi observado que após aproximadamente 30

¹¹ Instagram é um aplicativo de rede social para celulares desenvolvido em 2010 para compartilhamento de fotos e filmagens.

dias alguns comentários polêmicos foram apagados da postagem. Nesta página, uma postagem sobre a combinação de chocolate com vinho também gerou certo debate com comentários como: “Essa é uma combinação perfeita, eu sempre gostei de comer chocolate com vinho, todos deveriam provar, ainda mais com vinho tinto e chocolate ao leite, ou amargo também”. Enquanto outro membro respondeu: “Eu não entendo quem acha que chocolate combina com vinho, já tentei e não gostei, chocolate combina com café”.

Alguns integrantes inicialmente possuíam *blogs*, mas hoje a interação que prevaleceu majoritariamente foi por meio das redes sociais Facebook e Instagram.

Além das redes sociais, foi possível identificar dois *blogs* especializados em chocolates brasileiros (Chocólatras online e ChoclatenoBrasil) que são desenvolvidos por profissionais e abordam informações técnicas sobre a análise sensorial, degustação e variedades de chocolates.

Buscou-se também estender a interação com alguns dos membros identificados no ambiente virtual por meio de e-mail e Skype.

A maioria das informações sobre chocolate foi concedida por especialistas e consumidores entendedores que compartilharam material técnico, artigos científicos, fotos, dados de produção, entre tantas outras informações novas e extremamente atualizadas sobre os chocolates brasileiros. Além disso, por meio da interação com alguns membros, foi possível conhecer novos membros.

A maioria dos membros da comunidade on-line de chocolates foi acolhedora e receptiva quando comunicada sobre o fato das informações serem para uma estudante de doutorado. Eles auxiliaram no que podiam, indicando outros participantes e conhecidos da rede de diversas localidades do Brasil, bem como membros apreciadores que simplesmente gostam de falar e trocar informações sobre chocolates na rede virtual. Alguns dos membros da comunidade de chocolates pesquisados no ambiente virtual são apresentados no quadro 2.

Quadro 2 - Membros da comunidade on-line de chocolates

Perfil	Rede social e atuação	Ativo desde	Responsável	Meio de publicação
Chocólatras online	Instagram e <i>Blog</i> / especialista	2014	Zélia Frangioni	<i>Blog</i> - www.chocolatrasonline.com.br e Instagram - @chocolatrasonline
Eu amo chocolate	Facebook / apreciador	2010	Anônimo	Comunidade do Facebook: @euamochoocolate

Alessandra Dias	Instagram / especialista	2016	Alessandra Dias	Instagram - @alessandra_bdias
Chocolate no Brasil	Instagram e <i>Blog</i> / especialista	2017	Juliana Ustra	<i>Blog</i> www.chocolatenobrasil.com.br Instagram - @chocolatenobrasil
Marina T.	Membro entendedor	2019	Marina T.	Instagram - @marinatumb
Eu amo chocolate 2019 - Isabela	Membro apreciador	2019	Isabela	Instagram - @euamochocolate2019
Ana Maria	Membro apreciador	2020	Ana M.	Instagram - @marianamaria
Eduardo	Membro apreciador	2019	Eduardo	Instagram - @edudusantos.

Fonte: A autora (2020).

Os membros identificados possuem algumas especificidades. Um dos pioneiros na comunicação on-line de conteúdos sobre o chocolate foi o *blog* Chocólatras online, também presente no Instagram e dedicado a informações técnicas e profissionais. Nele, desde 2014 a especialista Zélia Frangioni escreve diversos conteúdos sobre chocolates, com ênfase na área de análise sensorial, e também traz informações sobre o concurso *Bean To Bar* Brasil (do qual é idealizadora e organizadora), que está na sua segunda edição. Também no Instagram destaca-se o perfil Chocolate no Brasil (@chocolatenobrasil), da especialista Juliana Ustra, que desenvolve uma série de palestras e conversas voltadas para o tema dos chocolates no Brasil. Cabe ressaltar que os perfis especializados não farão parte da amostra para a realização dos diários e entrevistas, foram consultados na fase exploratória apenas para conhecer o contexto do chocolate no Brasil.

Observou-se que, a partir do mês de março do ano de 2020, a interação da comunidade on-line de chocolates se intensificou significativamente, motivada provavelmente pelo distanciamento social gerado pela pandemia da COVID-19. Por meio de *lives* (conversas ao vivo na rede social Instagram, onde os espectadores interagem e fazer perguntas) novos modos de interação puderam ser observados, especialmente a degustação virtual guiada. Como forma de inserção na comunidade e como um meio para interação com pessoas comuns interessadas em chocolates, buscou-se a experiência de interação on-line por meio da degustação virtual de chocolates. Nessas degustações, o consumidor adquire pela internet um kit de degustação de chocolates acompanhado do mapa de sabores (anexo II) e, por meio de um encontro virtual, degusta-se em grupo os chocolates recebidos pelo correio, como na imagem 1.

O kit para degustação guiada foi adquirido no *website* da *chocolate maker* Arcelia Galardo, e a sessão foi desenvolvida no dia 27 de junho de 2020. A degustação bem como todo encontro virtual foi guiado pela anfitriã Arcelia, que iniciou explicando sobre as variedades e qualidades de cacau, bem como as técnicas para degustação e análise sensorial de chocolates. Estavam presentes 25 pessoas e o perfil variava, incluindo desde produtores de chocolate, consumidores conhecedores (que possuem algum tipo de conhecimento) e consumidores apreciadores (consumidores comuns). Ao todo foram degustados oito tipos de chocolates brasileiros e dois internacionais da Mission Chocolates, produzidos pela anfitriã, iniciando pelos menos intensos (com percentual menor de cacau) até o mais intenso (com percentual maior de cacau). As amostras de chocolates eram feitas com cacau de diversas regiões brasileiras (Espírito Santo, Bahia, Pará), uma amostra era de origem equatoriana e a última degustada era de cacau de origem mexicana. Durante a interação, perguntas, dúvidas e opiniões eram trocadas e a anfitriã respondia e comentava. Ao final, quando os chocolates já haviam sido degustados, uma interação maior entre os participantes se desenvolveu e alguns participantes trocaram contatos e começaram a se seguir no Instagram.

Essa degustação em conjunto proporcionou interação entre os presentes por meio de trocas de opiniões e de novos conhecimentos sobre chocolates e de técnicas de análise sensorial, além de permitir conhecer novas pessoas com propósitos em comum, como no depoimento de uma participante do curso:

Estou adorando essa degustação, não entendia nada de chocolate, mas sempre gostei muito. Que universo gostoso, aprendi muito e ainda mais conhecer essas pessoas, foi ótimo, minha filha também adorou, vamos trocar WhatsApp? Vocês querem criar um grupo? (Depoimento de uma das participantes da degustação).

Observa-se que esse tipo de interação social no plano virtual, mesmo que motivado pela impossibilidade do encontro presencial, tende a crescer e incita à reflexão sobre a hospitalidade em diversos campos sociais e meios virtuais de interação.

Como resultado desta primeira fase da pesquisa virtual, por meio das postagens das redes sociais e das falas na degustação, as principais temáticas emergentes foram: gosto, sabor, dividir, presente, compartilhar, prazer, satisfação, degustar e hospitalidade. Também foi possível perceber que, quando observadas as interações em grupo de consumidores não especialistas, os aspectos associados às preferências por tipos de chocolates, bombons e trufas e às formas de como comer, como fazer, receitas e onde comprar apareceram diversas vezes. Já nas interações de grupos de consumidores especialistas ou profissionais, os assuntos eram mais

voltados para qualidade, tipo de produção, tipos de barras de chocolates, presentes, como produzir, onde comprar, compartilhar saberes, entre outros. Esta etapa exploratória virtual foi importante por explorar o contexto contemporâneo dos chocolates no Brasil, bem como serviu de subsídio para a etapa seguinte, isto é, o desenvolvimento do diário de experiências com o chocolate. Neste sentido, dois membros da comunidade on-line de chocolates (consumidores comuns) foram convidados para participar da etapa posterior, o desenvolvimento do diário que, teve sequência por bola de neve, em que o participante indicou outro possível respondente para o diário e assim sucessivamente.

3.3 Diário como ferramenta de pesquisa

A técnica de pesquisa com diário foi escolhida de acordo com Alaszewski (2006), Bolger *et al.* (2003) e Hyers (2018) por ser particularmente adequada para a compreensão de experiências individuais e sociais em diferentes contextos. De acordo com Hyers (2018) e Thompson (1997), os estudos com diários sob abordagem hermenêutica surgiram principalmente com o ápice do retorno da narrativa como fonte de dados.

Os diários conseguem “capturar os detalhes da experiência que não seriam possíveis utilizando outros meios. Por serem instrumentos de autorrelato são úteis para examinar experiências em curso e oferecer a oportunidade de pesquisar processos sociais, psicológicos e fisiológicos em situações cotidianas” (BOLGER *et al.*, 2003, p. 579). O diário, quando utilizado como instrumento de pesquisa, fornece ao pesquisador acesso a locais como: “lugares para os quais não poderiam ir, casas particulares, mentes dos indivíduos e locais geograficamente dispersos” (SHEBLE, WILDEMUTH, 2009, p. 8, *apud* HYERS, 2018, p. 1).

O método com diário é diferenciado no cânone metodológico qualitativo por seu potencial incomparável de capturar os detalhes de fenômenos sensíveis ao tempo e específicos ao contexto. O diário sempre esteve entre as opções do repertório metodológico qualitativo e, como fonte secundária, antecede outros métodos comuns de coleta de dados, como entrevistas semiestruturadas, grupos focais e etnografia (HYERS, 2018, p. 26).

Os diários extraem de uma série de fenômenos cotidianos “detalhes contextuais que envolvem fenômenos de interesse” (HYERS, 2018, p. 67). Esses tipos de dados...

podem incluir detalhes sobre o ambiente social imediato, sentimentos associados ou a história do dia a dia do evento. Além disso, os diários solicitados podem orientar como objetivo exposto, explorar o contexto que envolve certos eventos (e não os próprios eventos), geralmente para fazer conexões causais. Por exemplo, para explorar as “sensações, sentimentos, pensamentos e comportamentos” relacionados a vários contextos.

Segundo Hyers (2018), o estudo com diário caracteriza-se por uma amostragem intencional de participantes que são convidados a escrever sobre experiências específicas por um período indicado e supervisionado, geralmente com o entendimento *a priori* de que o diário posteriormente será analisado pelo pesquisador.

Hyers (2018) e Zarantonello e Luomala (2011) explicam que a amostra de voluntários para o diário deve ser específica, já que os voluntários devem escrever em diários sobre experiências particulares, objetivando extrair eventos relacionados ao chocolate.

Um pré-teste do diário solicitado foi aplicado a um participante como forma de averiguar a funcionalidade e a resposta ao roteiro e orientações sobre as entradas no diário. Este primeiro “diário teste” foi solicitado para uma respondente via e-mail, que se prontificou a escrever o diário de forma virtual (existe a possibilidade de escrevê-lo de forma manual, se assim o respondente preferir). Assim, no dia 23 de junho do ano de 2020, foi encaminhado para a respondente um e-mail com o roteiro guia contendo todas as orientações para desenvolvimento do diário. No dia 21 de julho de 2020, após um mês, a participante respondeu o e-mail encaminhando o diário, além disso, também sugeriu que nas orientações para escrever o diário, no enunciado do diário, seria interessante conter mais informações do que poderia ser escrito, facilitando assim as entradas no diário. Com essa informação, um enunciado mais detalhado foi reformulado como descrito no apêndice III. Além disso, as perguntas iniciais do diário foram reformuladas visando estimular a escrita e a memória do respondente ao iniciar o diário.

A aplicação teste do diário permitiu constatar que o chocolate como elemento de trocas vai além de seu aspecto gustativo, possibilitando explorar pontos mais íntimos da memória como lembranças associadas ao trabalho e a experiências vividas socialmente, como o compartilhamento de chocolate em conjunto com colegas de trabalho, pessoas pelas quais a respondente sentia admiração, apresentando sentimentos de identificação. Contudo, alguns pontos do diário ficaram soltos e não foram retomados por meio da escrita, portanto, a depoente foi convidada a participar da entrevista teste como forma de aprofundar pontos do diário e para a testagem do roteiro preliminar de entrevistas, que serão explicados no item 3.4.

Assim como no roteiro de entrevistas, o diário deve ser projetado de acordo com as perguntas de pesquisa e objetivos propostos. Dessa forma, os depoentes foram orientados a relatar no diário tudo o que fosse relacionado a experiências envolvendo o chocolate, desde eventos sociais em que se tenha chocolate, bem como ocasiões em que se doa ou recebe de

presente chocolate, encontros, confraternizações, até seu consumo propriamente dito (ZARANTONELLO, LUOMALA, 2011).

O critério de seleção de respondentes foi desenvolvido por bola de neve, neste sentido, a primeira participante convidada foi uma aluna da degustação online de chocolates que, posteriormente, indicou outros possíveis respondentes para o diário e assim sucessivamente. Nesse sentido, 20 diários foram enviados via e-mail para respondentes que haviam sinalizado interesse durante a pesquisa exploratória virtual. Destes, apenas 12 diários foram devolvidos, os outros 17 diários escritos foram enviados via bola de neve, isto é, por indicação de outro participante. Além disso, quando necessário, os respondentes do diário foram convidados a participar da realização da entrevista em profundidade, caso algum ponto precisasse ser aprofundado.

Hyers (2018) e Thompson (1997) explicam que a amostra de participantes para escrever o diário deve ser específica, já que devem escrever sobre experiências particulares, objetivando extrair eventos relacionados ao chocolate. O perfil de convidado para participar da pesquisa, escrever o diário e posteriormente ser entrevistado foi heterogêneo; nesse sentido, um critério importante foi o depoente demonstrar estar disposto a escrever um diário e, caso necessário, participar da entrevista, além disso, o mesmo deveria se sentir confortável e interessado com a temática do chocolate.

Os diários foram escritos e devolvidos pelos participantes no período de maio de 2021 até agosto do mesmo ano e, foram orientados a relatar tudo o que fosse relacionado a experiências envolvendo o chocolate, desde ocasiões como eventos, encontros, confraternizações, ocasiões em que se recebe e oferece chocolate até seu consumo propriamente dito. Foram orientados a registrar, inclusive, suas motivações e seus sentimentos nesses contextos, bem como gostos, hábitos e fantasias, tendo liberdade em relação à escrita. O roteiro com as orientações para escrita do diário consta no Apêndice III. Com relação ao tempo para a escrita do diário, foi recomendado como tempo mínimo 20 dias e, como limite para a devolutiva 45 dias (ZARANTONELLO, LUOMALA, 2011), entretanto, alguns respondentes enviaram com alguns dias de atraso.

A abordagem hermenêutica foi utilizada por referir-se à “arte da interpretação”, de tal forma que “o pesquisador cocria ao projetar o instrumento diário, e, ao codificar (organizar o que é compartilhado)” (HYERS, 2018, p. 43).

Alguns sujeitos da pesquisa que escreveram o diário foram convidados a participar da entrevista em profundidade, como forma de aprofundar algum ponto do diário ou para esclarecer alguma dúvida. De modo que foram realizadas cinco entrevistas, mas somente quatro

foram autorizadas e, os critérios de dimensionamento da amostra foram de acordo com a percepção da repetição de falas e do discurso.

3.4 Entrevista em profundidade

Tanto Hyers (2018) quanto Thompson (1997) sugerem entrevistas ou outro procedimento como instrumento de apoio aos diários, visto a possibilidade de surgir dúvidas ou a necessidade de aprofundamento de algum ponto do relato escrito.

Neste trabalho, para a primeira entrevista teste foi utilizado um roteiro semiestruturado. A entrevista teste possibilitou explorar pontos que não haviam sido descritos no diário como as memórias da infância ligadas ao chocolate, trazendo sentimentos ligados à família e a tabus alimentares.

Além disso, durante a entrevista teste, pontos como a relação dentro do trabalho puderam destacar que o chocolate impulsionou a relação de hospitalidade com a troca de ideias e a conversa entre os colegas de trabalho em uma atmosfera de amizade e coesão.

Nesse sentido, destacam-se como principais temáticas que surgiram da análise da entrevista teste: agradecimento, prazer, memória, restrição, cheiro, gosto, consumo, sabor, pureza (chocolate puro), encontro, ritual, degustar, compartilhamento, lazer, grupo, reunião, cuidado, admiração, agradar, emoção, recordação, especial, qualidade, conversar, cultura, trocar ideia, momento de encontro.

Desse modo, o teste auxiliou em como conduzir melhor as próximas entrevistas, especialmente no fato de deixar mais livre a narrativa dos depoentes. Percebeu-se, portanto, que para melhor adequação das orientações da abordagem hermenêutica e maior liberdade narrativa, optou-se pelas entrevistas em profundidade. Após as considerações da banca de qualificação, revisou-se os instrumentos de coleta de dados como o diário e, as entrevistas que passaram de semiestruturada para entrevista em profundidade.

A entrevista em profundidade, segundo Mack *et al.*, (2005), é um método qualitativo eficaz para aprender sobre as perspectivas dos indivíduos, de modo a fazer as pessoas falarem sobre seus sentimentos, opiniões e experiências pessoais. Além disso, a entrevista em profundidade pode proporcionar uma oportunidade para obtenção de uma visão sobre como as pessoas interpretam e ordenam o mundo. Para obtenção desses tipos de informações, é necessário estar atento às explicações causais que os participantes fornecem para o que vivenciam e acreditam, investigando especialmente sobre as conexões e relações que veem entre eventos, fenômenos e crenças particulares (MACK *et al.*, 2005; FISCHER *et al.*, 2014).

Nas entrevistas em profundidade, o processo se importa com a flexibilidade da narrativa (THOMPSON, 1997), como o ato de ouvir, além de perguntar, ou seja, o entrevistado também tem liberdade de narração. Dessa forma, a coleta de dados se torna mais natural, possibilitando mais espontaneidade aos entrevistados (GUBA, LINCOLN, 2013). O guia de entrevista (Apêndice V) foi elaborado de acordo com os objetivos da pesquisa e a orientação metodológica hermenêutica, além da orientação teórica de pesquisas já testadas e aprovadas (CORDEIRO, 2018; THOMPSON, 1997; ZARANTONELLO, LUOMALA, 2011). O guia orienta as entrevistas objetivando permitir aos respondentes relatarem seus sentimentos, motivações e contextos associados ao chocolate, de modo a evidenciar relações de hospitalidade.

Creswell (2010, p. 31) explica que em uma entrevista baseada na filosofia construtivista:

As questões tornam-se amplas e gerais, para que os participantes possam construir o significado de uma situação caracteristicamente baseada em discussões ou interações com outras pessoas. Quanto mais aberto o questionamento, melhor, enquanto o pesquisador ouve atentamente o que as pessoas dizem e fazem nos ambientes em que vivem. Com frequência, esses significados subjetivos são negociados social e historicamente. Eles não estão simplesmente estampados nos indivíduos, mas são formados pela interação com as outras pessoas (daí o construtivismo social) e por normas históricas e culturais as quais operam nas vidas dos indivíduos. Por isso, os pesquisadores construtivistas frequentemente tratam dos processos de interação entre os indivíduos.

A identidade dos entrevistados foi mantida no anonimato, ou seja, foram utilizados pseudônimos. As entrevistas foram interpretadas separadamente e em conjunto com as outras respostas dos entrevistados, de modo a evidenciar pontos em comum e pontos destoantes e alguns trechos foram inseridos no texto como forma de evidenciar a análise, usando as falas originais dos entrevistados (GUBA, LINCOLN, 2013). As entrevistas foram desenvolvidas virtualmente por meio da plataforma Zoom e Google Meet, durante o período de junho de 2021 até agosto do mesmo ano, pois não foi possível o encontro presencial por conta do distanciamento social ocasionado pela pandemia da COVID-19. Apenas foram utilizadas as entrevistas daqueles que autorizaram seu uso por meio do TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (apêndice IV).

3.5 Sistematização e análise dos dados

Após a coleta dos dados de campo, o material foi organizado e interpretado segundo a abordagem hermenêutica. De acordo com Thompson (1997), a hermenêutica apropria-se dos significados, das narrativas e histórias dos pesquisados. Nesse contexto, os indivíduos significam suas histórias e experiências por meio da cultura, da identidade e das relações

sociais. Como premissa epistemológica construtivista, a constituição do conhecimento é de natureza subjetiva e, nesse ponto, a investigação exige interação com os investigados para interpretação dos relatos e interações. Nesse sentido, tal abordagem epistemológica se demonstra de natureza hermenêutica, isto é, a busca pelo entendimento sobre a realidade por interpretação.

A análise hermenêutica terá como objetivo interpretar a visão de mundo de outra pessoa e interpretar o significado de sua perspectiva. Além disso, o foco de um estudo hermenêutico de diário será sobre interpretações e expressões de significado, linguagem e seu contexto (HYERS, 2018, p. 44).

Thompson (1997) ainda destaca que, para o pesquisador, é importante identificar o contexto histórico, as estruturas narrativas e seus significados, buscando por padrões e diferenças nas narrativas dos entrevistados. Thompson (1997) e Hyers (2018) também comentam sobre a importância do ciclo interpretativo na hermenêutica, de modo que, sugere-se que os dados sejam analisados levando em consideração o contexto sócio-histórico e temporal, bem como as relações intertextuais de significados nas diferentes histórias. Portanto, os achados interpretativos buscaram compreender as conjunturas e as experiências baseadas nas interações de hospitalidade associadas ao chocolate, bem como os significados ligados a essas experiências.

Seguindo as recomendações de Guba e Lincoln (2013), Thompson (1997) e Thompson *et. al.*, (1994), a hermenêutica tanto na coleta quanto na análise dos dados exige critérios, como o foco nas construções dos participantes da pesquisa com o objetivo de desenvolver reconstruções por um processo no qual compartilhem; esta etapa também é conhecida como triangulação da pesquisa.

O processo hermenêutico desconstrói e reconstrói (toda construção é uma reconstrução). As construções iniciais extraídas das partes interessadas, da literatura, dos documentos, das observações e da própria experiência do pesquisador são analisadas para que seus termos de significado, pontos de similaridade e contraste e omissões possam ser observados. Depois que essa desconstrução ocorre, torna-se possível reconstruir uma nova construção conjunta que, para todas as partes, seja superior em nível de significados e grau de sofisticação a qualquer uma das construções iniciais, além de adequar, demonstrando relevância (GUBA E LINCOLN, 2013, p. 68, tradução livre).¹²

¹² Trecho original: The hermeneutic/dialectic process both deconstructs and reconstructs (every construction is a reconstruction). The initial constructions drawn from stakeholders, from the literature, from documents, from observations, and from the inquirer's own experience are analyzed so that their terms of meaning, points of similarity and contrast, and omissions may be noted. Once this deconstruction has occurred, it becomes possible for participants to reconstruct a new, joint construction which will, for all parties, be superior in level of meanings and degree of sophistication to any of the initial constructions, as well as fitting, working, demonstrating relevance, and exhibiting modifiability.

A reconstrução dos achados por meio das narrativas refere-se ao círculo hermenêutico ou ciclo interpretativo, processo principal que inclui a construção dos resultados. Diz respeito também ao retorno até as fontes, isto é, após a transcrição das entrevistas os respondentes desta pesquisa recebem as narrativas e foram convidados a comentar, se assim desejassem. Assim, neste trabalho somente um participante solicitou alterar a entrevista, mantendo somente o diário, por questões pessoais.

A interação com os envolvidos na pesquisa foi essencial pois, as construções (significados) são comparadas e adequadas por meio do uso de critérios de autenticidade, aumentando assim a confiabilidade e rigor da pesquisa. De modo que cada diário e cada transcrição foi lido separadamente para entender as experiências dos indivíduos, e também procurando trazer à tona um sentido do todo; em seguida, subconjuntos chamados “unidades significantes” foram selecionados. Na sequência, os diferentes diários e entrevistas foram analisados em conjunto, uma análise de dados consonantes (padrões) e contraditórios foi realizada juntamente ao referencial teórico (THOMPSON, 1997; HYERS, 2018). Neste processo interpretativo, que vai da parte para o todo, denominado círculo hermenêutico, o significado do texto foi organizado em diferentes temas, relacionando as unidades de significado entre si.

Thompson (1997) argumenta que a hermenêutica é uma abordagem útil de interpretação para compreender a construção da individualidade, identidade e realidade. Seguindo a recomendação de pesquisadores que utilizaram a abordagem hermenêutica na análise dos dados (CORDEIRO, 2019; THOMPSON, 1997), para verificar e confirmar a interpretação da pesquisa, dois especialistas independentes, imersos no contexto em que o estudo foi conduzido, mas não envolvidos na pesquisa, foram convidados para contribuir com suas percepções sobre o conteúdo das narrativas. Os dois especialistas são professores doutores pertencentes ao quadro efetivo da UFRJ, com vasta experiência em pesquisas de campo de natureza qualitativa e, corroboraram com as interpretações sugerindo apenas a alteração de uma das subcategorias.

Para complementar e auxiliar na organização do material coletado e nas análises, o *software* ATLAS.ti foi utilizado com este fim, pois é uma ferramenta para pesquisas qualitativas que tem o objetivo de compreender e interpretar narrativas, discursos, textos, imagens, incluindo pesquisas com abordagem hermenêutica (FORTE *et al.*, 2017).

As interpretações apresentadas no próximo capítulo são resultado da triangulação entre a teoria, diários e entrevistas, bem como a discussão dos resultados.

CAPÍTULO 4 - APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo descreve todo o processo de análise e interpretação dos dados coletados, incluindo os resultados desse processo a luz do referencial teórico.

A interpretação dos diários e entrevistas revelou que as relações de hospitalidade em contextos que envolvem chocolate devem ser analisadas a partir da perspectiva sensível ao contexto, visto que os significados culturais, comportamentais, emocionais, lúdicos, sensorial e simbólico são fortemente influenciados por aspectos diversos, como questões sociais e culturais que serão mostradas em seguida.

O quadro 3 apresenta as informações dos respondentes dos diários e entrevistas.

Quadro 3 - Apresentação dos respondentes

Respondente	Gênero	Idade	Faixa de renda	Ensino/Ocupação	Cidade
Alê	Masculino	36	Até R\$7.000	Superior/ professor	São Paulo
Irene	Feminino	59	Até R\$11.000	Doutorado/ professora	Rio de Janeiro
Genaro	Masculino	71	Até R\$ 3.000	Superior/ aposentado	Niterói
Andréia	Feminino	35	Até R\$ 7.000	Doutorado/ professora	Rio de Janeiro
Micaela	Feminino	38	Até R\$ 4.000	Superior/ TI	Taubaté
Teodora	Feminino	39	Até R\$ 4.000	Superior/ servidora pública	Curitiba
Samira	Feminino	39	Até R\$ 4.000	Mestrado/ professora	São Paulo
Anna	Feminino	28	Até R\$ 3.000	Estudante/ cozinheira	São José dos Campos
Carla	Feminino	43	Até R\$ 4.000	Superior/ analista técnica	Recife
Igor	Masculino	56	Até R\$ 2.000	Ensino médio/ cozinheiro	São João Del Rei
Senna	Masculino	33	Até R\$ 4.000	Superior/ fisioterapeuta	Niterói
Flora	Feminino	58	Até R\$ 4.000	Superior/ enfermeira	Natal
Paulo	Masculino	46	Até R\$ 3.000	Sup. Incompleto/ padeiro	Campinas
Charlotte	Feminino	55	Até R\$ 4.000	Superior/ instrutora de ensino	Manaus
Patrícia	Feminino	46	Até R\$ 7.000	Superior/ professora	Itabuna
Julia	Feminino	54	Até R\$ 4.000	Pós-graduada/ advogada	Fortaleza
Lorenzo	Masculino	36	Até R\$ 6.000	Mestrado/ professor	São Paulo
Katerina	Feminino	35	Até R\$ 4.000	Pós-graduada/ nutricionista	Campinas

Ruby	Feminino	34	Até R\$ 4.000	Superior/ designer	São Paulo
Antonia	Feminino	23	Até R\$ 2.000	Mestrado/ pesquisadora	Niteroi
Elizabeth	Feminino	33	Até R\$ 5.000	Mestrado/ técnica administrativa	Campo Grande
Mari	Feminino	53	Até R\$ 4.000	Superior/ aposentada	Goiania
Sara	Feminino	35	Até R\$ 5.000	Superior/ advogada	Goiania
Douglas	Masculino	33	Até R\$ 3.000	Superior/ administrador	Goiania
Ivan	Masculino	23	Até R\$ 2.000	Estudante	Goiania
Kendal	Feminino	22	Até R\$ 2.000	Estudante	São Paulo
Nataly	Feminino	27	Até R\$ 2.000	Estudante	São Paulo
Teresa	Feminino	50	Até R\$ 8.000	Doutorado/ professora	Goiania
Rose	Feminino	37	Até R\$ 4.000	Superior/cozinheira	Rio de Janeiro

Fonte: A autora (2021).

Nota: Para garantir a confidencialidade, os nomes dos respondentes foram substituídos por pseudônimos.

A amostra heterogênea compõe 29 respondentes, sendo oito depoentes do gênero masculino e 21 do gênero feminino, com uma variação de faixa etária entre 22 e 71 anos. Pelo retorno dos diários, percebeu-se que as mulheres estão mais predispostas a escrever sobre experiências associadas ao chocolate. A faixa de renda variou entre R\$ 2.000 reais até R\$ 11.000 reais e, com formação educacional variando do ensino médio até o doutorado e, com ocupações variadas como enfermeira, professora, advogada, cozinheiro, padeiro, fisioterapeuta, entre outros.

A fim de analisar o conteúdo dos dados coletados, os diários e as entrevistas foram transcritos na íntegra e impressos para a realização de uma primeira leitura. Posteriormente, os dados foram importados para o *software* de análise qualitativa de dados ATLAS.ti. No total, foram escritos 29 diários e quatro respondentes também participaram da entrevista em profundidade. Dos diários escritos, 26 foram desenvolvidos de forma eletrônica, um diário foi escrito de forma manual e dois diários foram enviados por meio de mensagens vocais que depois foram transcritos pela autora desta pesquisa.

Os respondentes documentaram no diário as mais variadas situações como o início da vida profissional, fases de depressão, o início de uma relação amorosa, viagens, memórias de família, entre outros.

Seguindo a abordagem hermenêutica, os diários e entrevistas foram lidos e relidos diversas vezes, depois um esquema de criação de codificação indutiva (*a posteriori*) foi desenvolvido (SCHWANDT, 1998; THOMPSON, 1997). Todas as unidades de análise foram

criadas indutivamente por meio dos diários e das transcrições das entrevistas. Assim, o esquema de codificação que orientou a análise e interpretação foi baseado nos dados e na teoria.

A análise procurou interpretar os significados existentes nas relações de hospitalidade, levando em consideração os contextos histórico e social estudados, enfatizando os padrões e contrastes emergentes por meio do todo, isto é, todo material analisado (SCHWANDT, 1998).

A hermenêutica tem por objetivo a busca pelo significado, pelo sentido, criando e recriando unidades de análise em diferentes momentos da investigação (FORTE *et al.*, 2017). De acordo com a interpretação na hermenêutica, o material coletado foi analisado por meio das fases descritas por Ricoeur (2016) e Schwandt (1998), a primeira fase da análise dos materiais foi desenvolvida pela leitura inicial dos diários e a transcrição das entrevistas. Após a primeira leitura, foi identificado as principais temáticas relacionadas a sentimentos, trocas, eventos sociais, principais sujeitos. A segunda leitura procurou identificar o contexto histórico, cultural, relações primárias, secundárias, motivações e traços de hospitalidade.

A leitura crítica já envolveu o processo de codificação por meio dos grifos e das principais citações marcadas no material analisado (apêndice V e VI, buscando identificar as relações de hospitalidade, contextos, unidades de significado, de modo a recodificar, relendo o todo e identificando as principais unidades de análise). Posteriormente, a fase de apropriação se desenvolveu por meio da formação das grandes unidades de análise, fazendo assim a conexão unidades de análise (citações, códigos e grupo de códigos, ferramentas do ATLAS.ti), elaborando assim as redes de significados, descritas como redes no *software* ATLAS.ti, destaca-se nesta fase a importância de se descrever os significados expostos pelos respondentes por meio dos relatos inseridos no texto.

4.1 Os contextos de hospitalidade associados ao chocolate

Após a coleta e organização dos materiais, a análise buscou explorar e interpretar as relações de hospitalidade contemporâneas por meio de contextos associados ao chocolate e seus significados.

Por meio da primeira leitura dos materiais, observou-se que a maioria dos relatos e das experiências estão associadas à família e aos amigos. O fato de dividir o chocolate com alguém, chamar para comer chocolate ou comemorações compartilhando o mesmo, apareceu diversas vezes nos diários e entrevistas como relata Elizabeth: “Lembro-me de minha mãe sempre nos trazer algum doce para degustar pós refeições e, na maioria das vezes, era uma caixa de bombom para dividirmos em família”. Outro ponto convergente que apareceu em toda amostra

foram as diversas preparações e doces de chocolate como: *cookies* de chocolate, bolo de chocolate, mousse de chocolate, brigadeiro. Com relação ao formato dos diários, observou-se que a maioria optou por escrever o diário digitalmente, entretanto, o diário escrito a mão foi do participante com maior idade, demonstrando as diferenças geracionais em torno das mídias digitais. Além disso, os dois diários vocais evidenciaram narrativas mais recentes do que os diários escritos, que trazem também narrativas de memórias antigas.

Um ponto em comum observado nos diários e entrevistas foi o fato de o chocolate remeter a memórias, dessa forma, o chocolate pode ser considerado como algo que estimula os depoentes a pensar no passado e a resgatar memórias. O contexto temporal dessas memórias variou de um passado mais distante a fatos e ocasiões mais recentes, abrangendo experiências importantes, fases de transição na vida, casamento, festas e comemorações. Duas depoentes, por exemplo, associam o chocolate às avós:

Me lembro de duas caixas de bombons que minha avó paterna me deu no meu aniversário de 5 anos de idade. E me disse para que eu continuasse a ser uma menina doce e boazinha. Daí, fiquei contente e fui dividi-las com meus irmãos. É uma das poucas lembranças que tenho de minha avó, pois ela faleceu no ano seguinte (Samira).

Minha primeira lembrança de contato com chocolate foi da minha infância, que minha avó fazia cocada de cacau. Era uma barrinha doce e preta, que lembrava o chocolate (Patrícia).

A maioria dessas memórias é carregada por uma nostalgia. Observa-se que essa nostalgia não está associada ao chocolate ou receitas de chocolate, mas a situações envolvendo pessoas, emoções e sentimentos como saudade, que remetem a experiências relacionadas ao acolhimento ou reencontro (BOUTAUD, 2011):

...agora me veio a memória o período que eu morei em Goiás, morei 6 anos né, eu percebia que eu tinha uma relação boa, de ter horários mais frequentes para comer chocolate, no final de semana quando meu marido chegava, preparava alguma coisa de sobremesa, eu reservava o chocolate assim para momentos de reencontro, de encontrar ele depois de uma semana de distância né, a gente raramente ficava sem se ver mais do que 15 dias, então tinha esses horários, esses momentos mais marcantes (Teresa).

...os brigadeiros nos aniversários de infância, muitas vezes preparados pela minha mãe e minha tia e que eu adorava ajudar, principalmente enrolando os brigadeiros e comendo alguns no preparo, e raspando a tigela com a massa crua do bolo de chocolate (coisas de criança...rs!) (Elizabeth).

Chocolate. Essa palavra imediatamente remete a algo bom, que felicita, acalma e provoca um sorriso no rosto pelas boas lembranças e sensação de prazer, recompensa, relaxamento e sentimentos positivos (Elizabeth).

Um ponto divergente que apareceu entre homens e mulheres foi o fato de alguns relatos masculinos em determinados contextos utilizarem o chocolate como uma forma para pedir desculpas, recompensar a ausência ou seduzir, como o depoente Douglas relata:

Outra coisa, lembrei que minha mãe, tia e avó também amam chocolate, e lá em casa é assim, elas vivem falando que eu não apareço que não ligo pra elas e tals, que não sou mais da família, aí quando eu apareço sempre levo chocolates pra elas, pra elas não brigarem comigo, elas amam, no aniversário da minha mãe já chego logo com uma cesta de chocolates pra compensar e ela não ficar falando que sumi, que não amo ela, ela já abre um sorriso quando me vê.

Douglas, ao tentar recompensar sua ausência por meio do chocolate, também procurou evitar um possível conflito com a mãe e reclamações que viriam da parte materna por sua ausência. Nesse sentido, como argumentam Gotman (1997) e Camargo (2015), a hospitalidade é marcada por um conjunto de princípios reguladores que visam evitar comportamentos indesejáveis do outro e a agressividade. Tais princípios são descritos por práticas sociais culturalmente enraizadas como o ato de cumprimentar as pessoas, desejar bom dia, responder com um obrigado, são algumas práticas de hospitalidade existentes na sociedade e, nesse caso, o depoente desejava evitar uma repreensão da mãe.

Em outro contexto, o chocolate foi utilizado na conquista amorosa pelo namorado de Elizabeth e, como isso, se desdobrou em uma futura relação:

Lembro-me também de uma grande caixa rosa que ganhei de meu primeiro namorado, repleta de bombons serenata do amor e um coelho marrom de pelúcia que apelidei de chocolate e que me deixou feliz por receber aquela surpresa carinhosa.

Belk e Costa (1998) argumentam, por meio da análise de gênero no consumo do chocolate, mudanças no significado simbólico e seu consumo relacionado ao feminino e como uma maneira de agradar as mulheres.

Por meio da segunda leitura e interpretação do material, foi identificado nos relatos dos respondentes aspectos similares que apontavam as principais temáticas relacionadas aos contextos de hospitalidade. O *software* ATLAS.ti auxiliou nesse processo de identificação de padrões e contradições por meio das ferramentas de marcação de texto (citação) com cores e códigos, o que facilitou posteriormente na fase de abstração e organização do material e dos resultados.

As relações de hospitalidade associadas ao chocolate se demonstraram como polissêmicas e caracterizaram-se por oito contextos principais de hospitalidade, a tabela 1 descreve os principais contextos e o número de vezes que apareceram nos diários e entrevistas.

Tabela 1 - Contextos de hospitalidade encontrados na pesquisa

Contextos de hospitalidade	Frequência
1 Contexto de comensalidade	22,05%
2 Contexto de presentear	21,5%
3 Contexto de contratos e favores	13,84%
4 Contexto de encontros sociais	11,79%
5 Contexto ritual	9,74%
6 Contexto de aproximação	9,23%
7 Contexto de conflito ou frustração	8,71%
8 Contexto individualismo e interesse pessoal	3,07%

Fonte: A autora (2022).

Vale ressaltar que os contextos de hospitalidade associados ao chocolate encontrados e interpretados nesta pesquisa estão presentes em todos os relatos e foram descritos pelos depoentes tanto diário quanto nas entrevistas. Nesse sentido, os contextos se relacionam e estão inseridos simultaneamente em um mesmo trecho dos relatos, contudo, é importante pontuar que a análise das relações de hospitalidade se baseou na perspectiva predominante e sensível ao contexto descrito pelos respondentes.

Quadro 4 - Descrição de cada contexto

Contexto	Descrição
Contexto de comensalidade	Retrata ocasiões de compartilhamento associado ao chocolate
Contexto de presentear	Situações envolvendo troca de presente relacionada ao chocolate
Contexto de contratos e favores	Ocasões relacionadas à troca, retribuição, agradecer ou recompensar com chocolate como obrigação moral associados a acordos, contratos e favores
Contexto de encontros sociais	Celebrações ou encontros atrelados ao chocolate
Contexto ritual	Ocasões envolvendo ritos de hospitalidade como acolhimento,

	associados a datas e eventos marcados por rituais e tradição com chocolate
Contexto de aproximação	Situações relacionadas ao objetivo de se aproximar de alguém, desenvolver amizade, reaproximação, pedir desculpas
Contexto de conflito ou frustração	Ocorrências envolvendo conflito ou frustração em decorrência de algum desentendimento ou mesmo situações de frustração associadas ao chocolate
Contexto individualismo e interesse pessoal	Situações relacionadas ao chocolate como forma de tentar agradar para obter algo em troca, melhorar a imagem de si mesmo para os outros ou não querer partilhar ou se abrir

Fonte: A autora (2022).

As experiências e relações de hospitalidade associadas ao chocolate são caracterizadas especialmente pelos contextos de comensalidade, de troca e de presentear, indicando o chocolate como meio de se compartilhar socialmente em diversas ocasiões e, ao fato de querer agradar, retribuir, recompensar, dar e receber presentes. Além disso, o chocolate também proporcionou experiências de aproximação, de encontros sociais, de ritos de hospitalidade, ritos de passagem, bem como contextos de conflito, frustração, individualismo e interesse pessoal.

Procurando analisar os contextos identificados, a descrição de cada um deles utilizou os comentários mais significativos encontrados nos diários e entrevistas.

1 Contexto de comensalidade: A maioria dos relatos descreve situações em que existiu compartilhamento de chocolate, seja em um almoço, festa, jantar, no trabalho, com 23,8% de frequência nos depoimentos. A depoente Antônia (23 anos) relata a lembrança do pai preparando chocolate quente para ela nos dias mais frios e do hábito de sempre dividir o chocolate com o pai:

Desde criança, os dias “frios” do Rio de Janeiro eram sinônimo de chocolate quente feito com meu pai. Assistíamos a filmes, conversávamos e tomávamos esse chocolate quente feito de leite, cacau e canela.

Na Páscoa, ganhei de uma amiga uma caixa de chocolates especiais, *bean to bar* 75% acima, e toda barrinha que eu comia eu dava uma igual para ele para compartilhar a experiência (elas tinham 5 ou 10g acho). Hoje, muitos meses depois, achei a última barrinha dessa caixa perdida em uma gaveta e fiz questão de manter o “ritual” desenvolvido. Mordi um pedaço e dei o restante para ele. Não imagino que essa prática tenha o mesmo significado para ele que tem para mim, mas acabei ressignificando em parte este consumo e atribuindo mais afetividade para a divisão.

Neste relato, Antônia também traz a perspectiva de reafirmação da identidade cultural e do território por meio da comensalidade e das práticas associadas ao chocolate (DOUGLAS, 1970). O fato de o clima esfriar minimamente na cidade do Rio de Janeiro era motivo para poder compartilhar bons momentos com o pai, sempre acompanhados de chocolate.

O depoimento de Teresa relaciona sua mudança do interior e a chegada à cidade de São Paulo com o compartilhamento de uma cesta de chocolates com os novos colegas da faculdade. Nesse caso, a comensalidade e o compartilhamento de chocolate permitiu maior interação nesse universo novo da depoente:

[...] eu me recordo uma vez que eu ganhei uma cesta de chocolates, por sinal foi umas das poucas coisas que eu ganhei foi uma rifa, na faculdade, na hotelaria, e eu ganhei, e não comi sozinha né?! Eu era nova, recém-chegada à São Paulo, do interior e tudo mais, e eu abri a cesta na sala, eu poderia passar um tempão comendo sozinha, mas não, eu abri e todo mundo comeu chocolate, éramos 40 alunos, a cesta acabou rapidinho, eu né enfim, me veio essa imagem, de todo mundo comendo o chocolate (Teresa, 50 anos).

Observa-se que grande parte dos depoimentos que envolvem comensalidade estão ligados às relações primárias como as familiares e de amizade, como o caso de Alê, que retrata a experiência feliz de compartilhamento de uma mousse de chocolate e dos *cookies* de chocolate feitos pela avó paterna:

Foi engraçado porque quando colocamos a sobremesa na boca todo mundo parou, parecia um minuto de silêncio, todos se olhando com aquela expressão de satisfação e admiração por estar degustando aquela maravilha. A impressão que tive foi que as pessoas ficaram até mais alegres e sorridentes depois de comer aquele mousse de chocolate divino!!! (Alê, 36 anos).

Outra coisa que marcou foram os *cookies* de chocolate que minha avó fazia e meu pai pegava pra gente, quando a gente assistia a filme em casa, ele chegava com os *cookies* de chocolate e um copo de leite geladinho, era uma coisa muito gostosa, lembro de gostar de assistir a filme por causa disso, pensava nos *cookies* bem grandes com pedaços de chocolate dentro, era bom demais, muito gostoso mesmo (Alê).

O fato de compartilhar chocolates na infância apareceu diversas vezes nos depoimentos, tal prática pode estar relacionada a contextos marcantes de aprender a compartilhar e dividir, especialmente com irmãos, primos e amigos nessa fase da vida:

Eu lembro de quando era criança e minha mãe comprava caixa de bombom e tínhamos que fazer a divisão entre eu e minha irmã. Cada uma ia escolhendo por vez o sabor que queria, dos que achávamos mais deliciosos, e no final sempre sobrava uns que não gostávamos tanto, como os de sabor de banana ou coco. Eu sempre fui mais gulosa e comia os meus mais rápido, mas tentava gerenciar quando ia chegando no final, para eu não ficar sem bombom e passar vontade quando a minha irmã ainda estivesse comendo os dela (Andréia, 35 anos).

Outro ponto em comum nos relatos foi o fato de o chocolate quente estar associado ao cuidado e carinho para com os comensais em dias considerados mais frios, ou como forma de oferecer conforto por meio de seu consumo, dessa forma, o chocolate quente foi associado à um alimento *comfort food* ((GIMENES-MINASSE, 2016):

Esses dias o dia estava frio, era final de semana e as crianças estavam atentas a um desenho que passava na T.V. Como o tempo não estava ajudando, resolvi fazer um chocolate quente para aquecer um pouquinho e aconchegá-los. Eu costumo usar cacau puro e canela no leite vegetal. Eles amaram e ficamos um bom tempo à mesa, conversando e rindo, enquanto o chocolate esfriava, é sempre uma festa quando faço algo com chocolate (Katarine, 35 anos).

No depoimento de Katarine, evidencia-se a capacidade de o chocolate criar momentos especiais. Já Elizabeth conta sobre o carinho materno com preparações feitas à base de chocolate pela mãe e compartilhados com irmã e primos:

Também me recordo bem do leite quente com chocolate na caneca que minha mãe fazia para mim e me entregava na cama, antes de dormir nos dias frios e do sorvete de chocolate que comprava com minha vizinha na companhia de minha irmã e meus primos e que era a alegria do fim de semana nos dias de verão. Minha irmã sempre amou chocolate e era (e continua sendo) o sabor que não falta na lista dos pedidos dela (Elizabeth, 33 anos).

No inverno, costumo fazer ao menos 1 vez ao ano *fondue* de chocolate como sobremesa. [...] Daí, sirvo com biscoito *wafer*, pão italiano, *marshmallows*, morangos, uvas, bananas. Entretanto, esse tipo de preparo jamais faço somente para mim, tem que ter alguns amigos, porque é um prato para ser compartilhado (Samira, 39 anos).

Verifica-se a partir dos depoimentos que o papel do chocolate na comensalidade pode representar a mediação da primeira interação entre os comensais, como forma de saciar o hóspede e, como rito de comer socialmente, que pode ser considerado também entretenimento e lazer, como apontado por Boutaud (2011).

O contexto comensalidade destacou diversos aspectos das relações de hospitalidade, dentre estes, a prática de compartilhar alimentos como uma das representações mais fortes da identidade de um grupo, demarcador de comemorações tradicionais, como um meio significativo de expressão, que é mutável e pode variar de acordo com o contexto, tempo e espaço, bem como a importância de seu papel na construção da identidade e de valores. Por exemplo, ensinar e aprender a dividir e compartilhar é um valor repassado em diversos depoimentos, o que corrobora com o que Douglas (1970) e Warde (1997) estabelecem.

2 Contexto de presentear: Em quase todos os diários e entrevistas, os respondentes referem-se ao chocolate como parte da prática de dar presentes. Como acontece em contextos de

presentear, o chocolate pode representar motivação altruísta e egoísta (Sherry, 1983) em um contexto voluntário ou obrigatório, como na circularidade da dádiva (CAILLÉ *et al.*, 2019). Os participantes relataram receber ou dar chocolate em vários contextos de presentear, como visitar parentes ou amigos e também quando retornam de viagem trazem chocolates para amigos e conhecidos. Nesses contextos, é esperado que as pessoas deem presentes e, geralmente escolhem o chocolate porque sabem que a outra pessoa vai apreciá-lo, porque querem compartilhar um pouco da experiência da viagem e também gostam de ser presenteados com chocolate.

Agradar com chocolate é a certeza de acertar. Uso dessa tática quando não posso errar, quando quero alegrar um familiar meu que percebo estar tristonho, quando quero ter um momento especial diferenciado com o amado, enfim, é um hábito meu de agradecer os que amo presenteando com chocolates (Teodora, 39 anos).

Alguns depoentes como Micaela e Lorenzo relacionam o chocolate com viagens e como uma lembrança de viagem para presentear pessoas ao retornar:

O fato mais engraçado baseado sobre chocolate é que em uma viagem internacional eu literalmente voltei quase com metade da mala com chocolates. Pois fui com pouca grana e era uma lembrança de viagem que eu poderia dar para alguns amigos. Fui parada para revista na alfândega do Brasil, o guarda perguntou dos chocolates se tinham sido no Duty Free e eu expliquei que não, pois no Canadá teriam sido mais baratos. Mostrei as notas fiscais e fui liberada. Inclusive saudades do chocolate com mirtilo dentro (Micaela, 38 anos).

Uma experiência que me marcou muito foi quando eu tinha sete anos e meu pai voltou de viagem de Gramado com um chocolate com gosto que não tinha nunca experimentado, as famosas barrinhas retangulares, que naquela época só encontrava viajando para região Sul. A outra experiência também foi entre os sete e dez anos quando meu pai trouxe Kopenhagen chocolate, nesta época não existia franquia na região Nordeste. Acho que por isso relaciono o chocolate com viagem (Lorenzo, 36 anos).

Percebe-se que as memórias marcantes como viagens ficam associadas ao chocolate, como uma representação material da experiência vivida.

Teresa relata que, ao pensar em presentear:

[...] eu procuro o que é de mais bacana de dar para alguém, ou tento fazer manual, e a grande questão do chocolate é que eu acho que eu vou acertar, eu acho que as pessoas vão gostar, vai ser assertivo, e me interessa muito que a pessoa goste do que eu vou presentear, eu não consigo dizer, ah vou dar qualquer coisa, eu não consigo fazer esse desprendimento, eu preciso realmente que a pessoa goste, então eu acho que o chocolate cumpre isso (Teresa, 50 anos).

No dia das mães, durante a pandemia, percebi que meu marido e filha ficaram “meio sem saber” o que comprar para me presentear, pois estamos há mais de um ano dentro de casa evitando ao máximo aglomerações. Eles optaram por comprar um bolo e escolheram de chocolate, o que foi muito assertivo, pois o bolo estava delicioso. Foi uma sensação deliciosa e acertaram o presente. Comemos juntos (Teresa, 50 anos).

O fato de não saber como presentear ou ficar surpreso com determinado presente pode demonstrar que, dependendo do contexto, a constância e o valor do presente possibilitam demonstrar a importância de um relacionamento, entretanto, nesse caso, a comensalidade também está relacionada à experiência, pois todos comeram juntos. Outro ponto destacado tanto por Teresa quanto por Teodora foi o fato de escolherem o chocolate por ser um presente universal, como descrito por Sato e Pépece (2013), por representar diversos usos e significados, utilizado universalmente nas trocas, o chocolate pode ser empregado tanto para trocas impessoais entre pessoas de vínculo distante quanto para vínculos afetivos próximos.

A retribuição destacou-se como uma motivação do ato de presentear, como descrito por Nataly:

No Natal, eu fiz amizade com o Papai Noel do shopping, aí um dia eu levei pra ele um potinho com frango ao molho pra ele experimentar, tinha feito e ele estava com vontade. Aí no outro dia quando ele me devolveu o potinho estava cheio de chocolate da Cacau Show, eu nem sabia o que dizer, na mesma semana ele me deu outros chocolates também e um mini panetone. Foi uma surpresa muito boa, ele é um querido (Nataly, 27 anos).

Igor traz um depoimento com relação a retribuição com chocolate associada ao trabalho exercido pela irmã:

Outro dia minha irmã ganhou uma caixa de bombom de chocolates 70% e comemos em casa, ela disse que tinha ganhado no trabalho dela, muito bom, agora não lembro da marca, mas foi um dos chocolates mais gostosos que comi. Ela disse que ganhou de uma paciente que gosta muito dela, ela sempre ganha chocolate e leva pra casa, no final do ano lá em casa fica cheio de chocolate de tanto que ela ganha. Às vezes, ela até dá para minhas tias, meus primos.

Andréia e Katerine descrevem a felicidade de receber chocolate de presente:

A última vez que me lembro de ter recebido chocolate de presente foi em uma cesta de delícias que ganhei de presente de casamento. Tinha vinho, chás e chocolates da Dengo, nossa fiquei chocada, eu me delicieei. Sempre fico feliz dando e recebendo chocolate. Acho uma forma de transmitir carinho (Andréia, 35 anos).

Eu amo receber chocolate como presente, acho muito agradável e um verdadeiro mimo. No início do meu namoro com meu marido, ele sempre trazia chocolate quando precisava fazer algum atendimento em outra cidade, eu amava (Katarine, 35 anos).

No caso de Flora, que trabalha como enfermeira em um hospital, observou-se tanto no diário quanto na entrevista, a recorrência da prática de alguns pacientes agradecerem o cuidado recebido durante a internação no hospital por meio do chocolate.

[...] é uma coisa que sempre recebi de presente, eu faço meu trabalho porque amo, acho que as pessoas sentem isso e querem recompensar, agradecer pelo cuidado que

tive com os familiares ou amigos, eu nem penso nisso, só penso que estou fazendo o meu trabalho da melhor forma, eu faço questão de cuidar de todos os pacientes da melhor forma possível, é meu trabalho eu amo ser enfermeira e poder tratar dos pacientes como se fossem da minha família, não tem diferença nenhuma (Flora, 58 anos).

[...] sempre reparei que as pessoas me davam chocolate, os parentes (dos pacientes), os pacientes, os amigos dos pacientes, e eu amava né, meu ponto fraco, e no início eu não reparei, depois até em casa o pessoal falava, nossa toda hora chocolate (risos). Então eu ganho bastante, o que eu falei, parece que as pessoas querem agradecer por eu ter cuidado, ou o parente receber alta, as pessoas querem devolver aquele cuidado né, a gente ganha até dinheiro, muitas coisas, mas chocolate é sempre mesmo, muito. Às vezes, eu chego e me avisam, deixaram uma caixinha de chocolate aqui para você Flora, às vezes tem bilhetezinho, cartão agradecendo, mas às vezes nem sei quem me deu (Flora, 58 anos).

Micaela também disse mais de uma vez em seu diário que além de presentear com chocolate ela gosta também de receber e se autopresentear com chocolates. A prática de autopresentear também apareceu em outros depoimentos, relacionando o fato como um agrado, como indulgência por algo que mereceu, como consolo por um dia ruim, uma recompensa por ter alcançado algo. Por exemplo, Micaela relata trabalhar com Tecnologia da Informação (T.I.) em uma grande empresa e ser comum em sua rotina assessorar processos e clientes por até 15 ou 16 horas por dia, dependendo do caso. Por conta disso, em seu diário, ela registrou algumas vezes “eu mereço um pouquinho de felicidade, vou comer meu chocolate para acabar bem o dia”. A hospitalidade e a dádiva presentes nessa relação de indulgência, isto é, onde o próprio sujeito se presenteia, acontece por meio da satisfação e prazer proporcionados pelo chocolate. A prática de se autopresentear com chocolate também está associada ao *comfort food*, neste caso específico de Micaela como um alívio emocional (GIMENES-MINASSE, 2016).

O chocolate apareceu associado a experiências positivas na maioria dos depoimentos envolvendo trocas de presentes, como um presente universal, como forma de iniciar ou manter uma relação, de agradar ou agradecer o receptor, além de motivações altruístas, exercendo um papel importante nessas experiências.

3 Contexto de contratos e favores: Esse contexto apareceu em grande parte dos relatos, em ocasiões diversas e com objetivos variados como retribuir, agradar ou recompensar que, muitas vezes, estavam associados, moralmente, a acordos, contratos e favores.

Além disso, o chocolate em alguns casos relatados simbolizou uma circularidade da troca, isto é, a dádiva recebida e retribuída. Nesse contexto, como Godbout (1997) descreve, a hospitalidade só se materializa quando aquele que receber hospitalidade (hóspede) recebe em troca, como dádiva.

A oferta de chocolate nesse contexto permite ser interpretada como parte de um processo universal da troca. Caillé *et all.* (2019) descreve como a dádiva constitui um sistema de atuação presente em todas as sociedades, sejam elas tradicionais ou contemporâneas. Durante a pesquisa e, por meio do chocolate, a dádiva se demonstrou como uma natureza ontológica, isto é, destacando a troca e a retribuição como parte da moral coletiva, presente especialmente nas instituições primárias como a familiar, além de ser uma condição necessária para a constituição de laços sociais, grupos, comunidades.

Portanto, em teoria seriam trocas voluntárias, mas na realidade são obrigatoriamente doadas e retribuídas (MAUSS, 2003), como descreve Teresa em seu depoimento:

Outra vez fui à loja de chocolate e fiz uma cesta de chocolates sortidos e dei para a pastora da minha igreja que sempre me presenteia com pães, bolos e doces. A pastora gostou muito e dividiu com a família, mas a filha mais nova de 11 anos guardou e escondeu pra comer sozinha (Teresa, 50 anos).

A retribuição apareceu nos relatos por meio da riqueza dos depoimentos, nesse sentido, “a dádiva se configura respectivamente como diversidade cultural – como rivalidades, como esmolas, como trocas de gentilezas, de solidariedades, entre outras”, isto é, como unidade e pluralidade cultural (MARTINS, 2017, p. 167).

Além da retribuição, o chocolate foi utilizado como recompensa em algumas experiências descritas pelos depoentes:

Minha avó também tinha esse costume de recompensar, agradecer a gente com chocolate, quem não fizesse bagunça ou então ela dizia: “Quem não quebrar nada, e não fizer bagunça vai ganhar chocolate”. Às vezes funcionava, mas às vezes não ganhávamos nada, só um puxão de orelha mesmo (Alê, 36 anos).

Sabe, uma vez minha mãe me levou para escolher meu ovo de Páscoa porque eu tinha ido bem na escola, foi muito marcante, eu me senti tão bem, me senti importante e feliz de ter conseguido estudar e ser reconhecido, essa imagem me vem clara à memória nós dois indo ao supermercado e ela dizendo: “Vai, escolhe seu ovo, você merece”. Eu lembro de ficar meio sem reação, não sabia qual escolher, queria o que tivesse mais chocolate e que fosse maior, não me lembro qual escolhi, mas lembro da sensação boa com minha mãe (Alê, 36 anos).

Teresa descreveu no diário sua felicidade em poder ser vacinada acompanhada de sua amiga que ofereceu carona, tamanha alegria neste dia, que desejava agradecer o favor de alguma forma o fato de sua amiga tê-la acompanhada:

Dia 13 de maio fui tomar a segunda dose da vacina contra a COVID. Quem me levou foi uma grande amiga que tinha carro e me deu uma carona, ela nem ia tomar, mas mesmo assim me levou e como agradecimento eu achei que o melhor presente seria chocolates. Comprei uma caixa com vários bombons pequenos variados. Assim que

eu entrei no carro eu já dei a sacola com os chocolates, ela ficou surpresa e feliz, depois ainda me mandou um WhatsApp dizendo que havia comido e gostado demais (Teresa, 50 anos).

Andréia também descreveu retribuir um favor recebido do amigo que cuidou de duas plantas enquanto ela viajava:

Na Páscoa também dei uma caixa de Ferrero Rocher [bombom] para um amigo que veio aqui em casa molhar as plantas, porque passei uns dias fora e ele amou receber.

A natureza da relação entre quem doa e quem recebe influencia o significado que é considerado apropriado para cada contexto único de troca de chocolate. Nesse sentido, o chocolate pode representar uma dádiva, quando é compreendido culturalmente tanto para quem doa quanto para quem recebe (CAILLÉ, 2019). Observou-se que as trocas descritas nos relatos estavam associadas a algum tipo de acordo, contrato ou favor, tais práticas são baseadas na reciprocidade e, o que predomina é o sentimento de endividamento, de modo que o chocolate foi utilizado como um tipo retorno ou compensação (MAUSS, 2003).

O sistema de trocas descrito pelos depoentes revelou características como a capacidade de transportar e comunicar um significado cultural e, enquanto prática, insere-se como parte das regras morais de obrigações no reforço de vínculos, essencial para a estrutura e o funcionamento da sociedade contemporânea.

4 Contexto de encontros sociais: A maioria dos respondentes descreveu que grande parte dos eventos sociais que participam envolvem chocolate, seja em reuniões, encontros de amigos, festas e comemorações. Outro aspecto convergente na maioria dos depoimentos diz respeito às celebrações estarem atreladas ao consumo de chocolate, como o exemplo de Senna:

O almoço de família eu gosto porque sempre tem chocolate e reúne pessoas legais, minha avó sempre faz bolo de chocolate que é o melhor que comi. Sempre penso no final de semana tem bolo de chocolate, e tem um bombom também de chocolate com amendoim que eu amo, sempre tem lá (Senna, 33 anos).

Contudo, tanto Senna quanto Júlia destacam a hospitalidade no domínio privado existente em eventos, bem como a comensalidade em família, jantares e datas comemorativas como uma construção social da relação com o outro, marcada pelo encontro entre pessoas e pelo acolhimento.

Júlia, ao descrever as memórias sobre o pai em seu depoimento saudoso, relembra as ocasiões relacionadas ao chocolate, como o cheiro de chocolate e café com o conforto do lar, como o fato de receber as visitas em casa com bombons e outros doces de chocolate:

Nos almoços de família sempre tem chocolate no final do almoço, com cafezinho, na sobremesa, torta de chocolate, bombom entre tantos que gosto de oferecer. Meu pai também sempre gostou, nos almoços e nos jantares não podia faltar chocolate, caixas de bombons, trufas e tortas de chocolate, era uma tradição pra ele, uma forma de carinho e conforto conosco, essa memória da casa dos meus pais está totalmente ligada ao cheiro do chocolate e do café, sempre que como lembro dele e dessa sensação boa de segurança, de saudade, de casa (Júlia, 54 anos).

Novamente, o chocolate como *comfort food* apareceu nos depoimentos de Senna e Júlia, especialmente como o chocolate pode ser um alimento que remonta à memória afetiva (GIMENES-MINASSE, 2016). Além disso, nas falas de Senna e Júlia percebe-se os múltiplos usos do chocolate, visto que suas possibilidades de consumo foram ampliadas e uma gama de derivados do cacau foi inserida na alimentação, possibilitando uma variedade de receitas e alimentos que já fazem parte da cultura alimentar, como o bolo de chocolate, trufas, tortas, entre outros.

O contexto de encontros sociais compõe grande parte de relatos vividos em ocasiões familiares, com amigos e colegas, como almoços de final de semana, aniversários, jantares, dia dos namorados. Como parte dos encontros sociais, o processo da hospitalidade pode envolver o convite, o acolhimento, a troca e, eventualmente, a hospedagem, a alimentação e o entretenimento, em uma relação entre anfitrião e hóspede (CAMARGO, 2015). O sentido de acolher depende da abertura para o outro, um limite invisível e regulado culturalmente por regras e valores que permitem guiar a evolução da relação, podendo ocasionar a abertura, o acolhimento ou até a rejeição e a hostilidade (MONTANDON, 2011). Tal processo geralmente se inicia com a abertura para o acolhimento e transcorre até a finalização com a despedida, como descreve Andréia ao lembrar de encontros relacionados ao chocolate:

[...] no meu aniversário do ano passado, minha mãe comprou uns bombons para servir junto com o bolo de chocolate com paçoca que ela comprou também. Foi uma delícia depois do almoço comermos juntas eu, minha esposa, minha mãe e o marido dela. Ainda sobraram bombons para levar para casa e fui comendo ao longo da semana e lembrando como foi gostoso o encontro nesse momento raro de confraternização que estamos tendo no último ano (Andréia, 35 anos).

Hoje vou comemorar o dia dos namorados antecipadamente e adivinha??? Teremos chocolate no cardápio de nossa noite romântica! Serão chocolates com licor para deixar a noite bem quente! (Teodora, 39 anos).

Toda ocasião que eu quero comemorar, festejar, presentear, celebrar algo eu acho que tem que ter chocolate de alguma forma, para mim uma coisa está associada a outra, não tem comemoração sem chocolate, é como um prazer, uma alegria, um carinho (Júlia, 54 anos).

Domingo de dia das mães: sempre a torta com cobertura de chocolate. Nós tínhamos confeitadeiras alemãs que preparavam tortas diferentes para todos os

aniversariantes da família (de nozes, de chantilly, de fios de ovos etc.), mas a minha era sempre a de chocolate (Irene, 59 anos).

Tanto Teodora quanto Júlia e Irene associam memórias, ocasiões de comemoração e encontros com a presença obrigatória de chocolate, como algo indissociável.

O contexto de encontros sociais evidenciou o chocolate como mediador de recepção, entretenimento, especialmente em ocasiões de hospitalidade privada, encontros de família, em celebrações como aniversário e dia dos namorados, podendo melhorar e facilitar os encontros sociais.

5 Contexto ritual: Esse contexto está associado aos ritos de hospitalidade e de acolhimento, aparecendo na maioria dos relatos associados a datas e eventos marcados pela repetição e tradição, como a Páscoa, o Natal e os ritos de passagem, como aniversário (PEIRANO, 2008, RIVIERE, 1997). Os rituais, nesse sentido, atribuem confiabilidade e legitimidade quando estruturam e organizam elementos e posições sociais, bem como valores morais e culturais na sociedade (PEIRANO, 2003).

Com 9,74% de presença nos depoimentos, o contexto de ritual foi evidenciado pela prática de receber alguém com alguma preparação de chocolate. Além disso, foi observado a ocorrência de relatos marcados por ritos de hospitalidade que se iniciam com a abertura para o acolhimento e, eventualmente, envolvem o hospedar, alimentar, entreter, transcorrendo até a finalização com a despedida entre hóspede e anfitrião (MONTANDON, 2011).

Júlia, que relatou ser chocólatra, gosta de receber as amigas e sobrinhas em casa: “Minhas sobrinhas e amigas adoram vir aqui em casa, pois sabem que irão levar chocolate, comer, ganhar de alguma forma”. Portanto, refere-se ao acolhimento de Júlia como anfitriã em sua casa, recebendo os hóspedes com a mediação de chocolates, identificado como um rito de acolhimento.

Elizabeth e Patrícia se recordam das tradições familiares como o mousse de chocolate na família, a receita que era repassada por meio das gerações, de mãe para filha, sempre foi o doce mais solicitado pelos familiares nos almoços de finais de semana:

[...] lembro da mousse de chocolate com pedaços de chocolate e coberta de granulados de chocolate que minha mãe fazia e que foi o primeiro doce que aprendi a fazer com ela e que era muito pedido como sobremesa nos almoços de família nos fins de semana de ocasiões especiais, bem gelado e doce, por ter leite condensado na receita (Elizabeth, 33 anos).

Todos os aniversários na minha casa são comemorados e não existe festa sem brigadeiro. O brigadeiro é o primeiro docinho a ser feito, o que é feito em maior quantidade e o que acaba primeiro, uma lembrança muito marcante da minha infância (Patrícia, 46 anos).

Tais depoimentos estão relacionados a comportamentos habituais, tradições culturais, como rituais de acolhimento, evidenciando o chocolate como mediador de experiências obrigatórias positivas ou não, geralmente compartilhadas com familiares e amigos (CAILLÉ *et al.*, 2019). Nesse sentido, o chocolate vai além de seu aspecto gustativo, podendo representar carinho e admiração para com o receptor.

Os eventos da Páscoa e do Natal foram os que mais apareceram nos relatos dos depoentes.

Quando criança, a Páscoa era um dos feriados mais animados em família. Todos os familiares se reuniam à casa da minha avó e era um dia recheado de muita comida, mas principalmente sobremesas à base de chocolate, chocolates em barra, ovos para cada uma das crianças e ainda bombons espalhados/escondidos pelo quintal para brincadeira de Caça ao Tesouro com meu irmão, irmã e primos (Antônia, 23 anos).

Como citei anteriormente sobre minha proximidade inicial com o consumo do chocolate, as comemorações da Páscoa envolviam MUITO chocolate. Sempre terminávamos o dia passando mal de tanto comer (como na maior parte das festas de família) e as crianças da casa (eu e meus irmãos) tinham os chocolates guardados em potes de sorvete com o nome de cada um (Antônia, 23 anos).

[...] com os ovos de Páscoa também, que eu comia mais rápido. Falando nisso, lembrei que sempre tinha caça ao chocolate na Páscoa lá em casa. Meus pais escondiam o ovo de cada uma e uns bombons pela casa para a gente procurar. Era uma euforia só. No Natal também penduravam na árvore chocolates em formato de papai Noel e eu ficava babando por um mês, comendo escondido os que estavam em partes menos visíveis da árvore para ninguém perceber (Andréia, 35 anos).

Na Páscoa, eu, filha de uma mãe alemã, os ovinhos embrulhados com papéis coloridos e laminados eram escondidos pela casa e era preciso procurar para poder ganhar. O costume é bastante europeu, pois os ovos eram pequeninos e muito difíceis de achar. Na verdade, não sei se o chocolate era o mais importante no processo. Enfim, embora eu tivesse alergia com o chocolate na infância, eu comia mesmo assim (Irene, 59 anos).

O aspecto lúdico, como destacado no depoimento de Irene, também evidencia os diferentes usos do chocolate para além de suas diversas funções, ele também pode representar diversão, fantasia, brincadeira, como a caça aos ovos na Páscoa.

Os depoimentos demonstram o chocolate como valorização do ritual associado a comportamentos frequentes, tradições culturais, e como mediador de relações de hospitalidade em contextos rituais (CAILLÉ *et al.*, 2014). Neste senso, no Brasil o símbolo da Páscoa é representado pelo ovo de chocolate, uma tradição instituída culturalmente, em que o ovo de Páscoa pode ser considerado um alimento “oficial”, uma tradição nessa comemoração.

Percebe-se nos relatos que a abundância de chocolate também é percebida como positiva, como uma nostalgia associada a eventos familiares, de comensalidade, de

comemoração. Boutaud (2011) descreve que exageros e abundância na oferta de alimentos podem simbolizar dádiva, acolhimento, generosidade, bem como *status* e poder. Em alguns trechos, como exemplo: “As comemorações da Páscoa envolviam MUITO chocolate. Sempre terminávamos o dia passando mal de tanto comer (...)” evidencia que em determinadas datas comemorativas, por representarem uma exceção ao ritmo cotidiano, o consumo de chocolates era permitido sem restrições, o que pode gerar excessos, corroborando com a afirmação de Boutaud (2011).

De modo geral, verificou-se a partir dos diários e das entrevistas histórias em que o chocolate estava relacionado, principalmente, a uma fonte de rituais sociais positivos.

6 Contexto de aproximação: Em grande parte dos diários e entrevistas, o chocolate apareceu em ocasiões que estavam relacionadas ao objetivo de aproximação, como o fato de desenvolver a amizade, reaproximação, pedir desculpas, começar ou manter um vínculo, somando 9,23% de frequência nos relatos.

A depoente Ruby descreve com emoção em seu diário a experiência de mudar de carreira e trabalho e como foi a aproximação de seus futuros colegas de trabalho por meio de chocolate:

Minha última experiência com o chocolate permanecerá na minha memória, pois foi um marco de mudança de vida. Conheci esses dois personagens quando estava no meu antigo trabalho. Penso que poucas vezes na vida acontece de encontrar pessoas em que instantaneamente sente uma conexão ou uma identificação profunda sem que as conheça bem. E de alguma forma eles me inspiravam a compartilhar momentos e afinidades e eu sentia a “necessidade” de agradecer e compartilhar coisas que eu considerava interessante. Pensei em levar e compartilhar parte do que marcou a minha infância e minhas lembranças relacionadas ao chocolate e, então, decidi, comprei diversos tipos de chocolate de diversos lugares, puros, em barra, em forma de bombom, com pimenta, gengibre etc. Então, comemos, degustamos, experimentamos, conversamos, trocamos. Durou alguns dias, e foram ótimos momentos de reflexão, interação e de compartilhamento de ideias, de momentos e de sabores. Alguns meses depois decidi pedir demissão do meu trabalho e um mês depois propus a eles de iniciar uma experiência de mudança de carreira a partir de um estágio. Hoje estamos juntos nesse percurso de descoberta, experimentação e umas das minhas maiores lembranças dessa mudança tem sabor de chocolate (Ruby, 34 anos).

Ser admitido e entrar para o grupo, nesse caso, foi proporcionado pela mediação ocasionada pela aproximação dos sujeitos, o que foi facilitada pelo chocolate. Portanto, essa aproximação mediada pelo chocolate pode transformar a relação, como descreve Selwin: (2004, p. 26-27) “Simbolicamente, a hospitalidade é transformadora. Transforma inimigos em amigos, estranhos em conhecidos, amigos em melhores amigos, forasteiros em pessoas íntimas, não parentes em parentes”. Além disso, percebe-se por meio do relato a noção da dádiva, pela

necessidade de agradecer e compartilhar, isto é, a perspectiva da doação e retribuição por meio do chocolate.

Sara também descreve uma experiência de reaproximação das amigas de infância associada à perspectiva da doação em seu diário. Por nunca ter gostado muito de chocolate, diferente de suas amigas, Sara (35 anos) nunca comia seus chocolates e, como uma forma de aproximar as amigas, antes que os chocolates estragassem, ela reunia as amigas em sua casa com o pretexto de comê-los:

Tem uma coisa muito legal, inclusive eu nunca gostava nem de ganhar chocolate de aniversário, achava um desperdício de presente, mas tem uma coisa que pra mim é muito marcante, muito interessante, que as minhas amigas todas são muito apaixonadas por chocolate, então todo ano eu ficava naquela expectativa que eu não iria consumir aquele ovo de Páscoa, aquele chocolate que eu ganhei e nunca consumia, e um pouco antes do vencimento eu chamava as minhas amigas pra casa, e a gente passava uma tarde batendo papo, coisa de adolescente assim, no quarto e comendo chocolate. [...] e aí era muito divertido porque você imagina quatro garotas dentro de um quarto a tarde inteira, falando, contando histórias e comendo chocolate, então essa é uma das lembranças que eu tenho assim que são maravilhosas.

Sara, ao aceitar o chocolate não se ofende, ao contrário, ela ressignifica aquele elemento em um evento, tamanha a importância social associada ao chocolate.

Como forma de se aproximar das moças do trabalho, Douglas (33 anos) descreve um costume interessante ligado ao chocolate, que depois se desdobrou em uma relação conjugal:

Há uns anos prestava serviço em algumas empresas próximas, e todos os dias dava carona pra umas meninas (algumas nem conhecia direito ainda). Uma grande parte do segredo para conquistá-las, seja como amigas ou não, era o chocolate :) Não gastava muito e sempre as deixava felizes com algo tão simples. A partir daí surgia as oportunidades de conversar melhor etc., mas o legal é que depois de dois anos eu comecei a namorar (minha atual esposa), eu sempre comprava chocolate pra ela.

O contexto de aproximação revelou a busca pelo desenvolvimento de vínculos por parte dos respondentes, nesse caso, o chocolate representa o veículo para a quebra da barreira imaterial que separa o anfitrião do estranho, tal barreira seria o que Grassi (2011) denomina como uma ponte frágil entre o mundo externo e interno e, o que Montandon (2011) descreve como a soleira que separa o anfitrião do hóspede. De forma que, o chocolate pode significar o desejo de ultrapassar a soleira e, aceitar ou compartilhar do mesmo pode simbolizar a autorização para entrar e ser acolhido, mesmo que momentaneamente, no espaço do anfitrião. A recusa ou não retribuição pode representar o fato de estar à margem, não ser acolhido, ou ainda, não desejar instituir uma relação.

7 Contexto de conflito ou frustração: apareceu cerca de 8% nos depoimentos, os relatos envolvendo conflito ou frustração apareceram em decorrência de algum desentendimento ou mesmo situações associadas a frustrações.

Antônia (23 anos) descreveu se sentir culpada pelo pai ter ficado triste devido ao fato dela ter comido todos os chocolates que eram da família, assim, ela resolve sempre compartilhar todas as experiências com chocolate com o pai:

Meu pai odeia fazer compras, então quando vai ao mercado, faz compras em quantidade. Certa vez, no início deste ano, ele comprou muitas barras de chocolate, na intenção de comer ao longo do mês. Como eu estava em uma semana particularmente estressante com o mestrado, com muitas entregas de trabalho e pensando na qualificação, acabei tendo muita dificuldade para dormir e, conseqüentemente, muitas crises de ansiedade. Em meio as crises, comi TODAS as barras sozinha em poucos dias, ele ficou muito chateado, com razão. Desde então, ainda culpada pela invasão do estoque de chocolates da casa, acabei tendo o hábito de “compensar” essa situação dividindo 100% dos meus chocolates com ele, independente da quantidade, da qualidade e da situação.

O conflito que existiu entre pai e filha foi amenizado pela relação de comensalidade instituída por Antônia daquele dia em diante. Percebeu-se que em alguns contextos o chocolate também foi utilizado como forma de melhorar a interação, podendo atenuar desentendimentos. O caso de Lorenzo refletiu essa função do chocolate, ele descreveu no diário situações de brigas com o pai e que em casa existia uma relação de certa agressividade da parte paterna para com os demais integrantes da família. Entretanto, em alguns trechos fala sobre o pai trazer chocolate para casa, e o chocolate aparece como um apaziguador, trazendo momentos bons, melhorando a relação com o pai.

[...] painho nunca estava muito presente, não ligava muito pra gente, mas lembro muito quando ele chegava em casa e trazia chocolate, bombom, era uma festa, essas lembranças são bem marcantes, ele dividia para eu e minha irmã não brigamos pelo chocolate (Lorenzo, 36 anos).

Observou-se também que pessoas nascidas ou que viveram nos anos 1960 e 1970 associam mais o chocolate a ocasiões específicas, eventos pontuais e datas comemorativas, como algo menos recorrente, ligado às relações mais familiares e pessoais. Percebe-se também que era um produto mais caro e devido ao preço só se comia ou ganhava em datas especiais, em que a oferta de marcas e opções de chocolate eram poucas, além disso, era um objeto de desejo por ser um doce mais caro, muitas vezes, distintivo entre as camadas sociais, de modo que remete à nostalgia de tempos remotos.

Meu irmão sempre foi muito viciado em chocolate, ele comia tudo, enquanto eu ficava guardando, depois ele queria comer a minha parte. Lembro que um dia eu e meu irmão brigamos por causa da trufa, eu comi a trufa dele e foi uma briga porque eu não tinha como devolver, acho que fiquei de castigo, não lembro (Alê, 36 anos).

Percebe-se que as questões de acesso ao chocolate eram mais restritas nos relatos, devido ao preço mais elevado do chocolate na época. Nem todos consumiam, se tornando algo desejado, visto como uma realidade distante ou uma frustração.

É, eu cresci numa casa muito simples, com quatro irmãos, na minha infância não tinha muita moleza, todo mundo ajudava, e assim, era normal, todos tinham suas obrigações em casa né, como dizia minha mãe, não faziam mais que a obrigação, e se a gente não fazia algo, ficava de castigo e apanhava. Então presentes e essas coisas eram em datas especiais, em aniversário, Páscoa, Natal, né. Minhas lembranças com chocolate são nessas datas. Não era muito comum a gente ficar comendo chocolate, só nas datas especiais. Acho que por isso ficou marcado pra mim como uma coisa especial, porque era em evento mesmo (Flora, 58 anos).

A fala de Flora transmitiu o quanto ela gostava de chocolate, mas que não tinha como comer por ser algo caro e a família não ter condições de comprar, demonstrando ser uma lembrança triste e frustrante.

As dificuldades de acesso e poder aquisitivo ainda são uma realidade contemporânea, entretanto, apareceu bem menos nos relatos dos respondentes mais jovens, em comparação aos relatos de pessoas com mais idade. Tal fato deve-se também pela popularização e aumento da demanda por chocolates no Brasil. O relato de Nataly e Paulo, demonstram a falta de acesso:

Minha irmã gosta muito de chocolate e quando a gente era criança não era sempre que tinha chocolate, lembro de um dia que ia ser aniversário dela e eu queria dar presente, mas não tinha dinheiro, queria agradar ela, então eu fui no mercadinho perto de casa e peguei um chocolate escondido e levei pra ela, ela ficou toda feliz, mas depois minha mãe teve que pagar o chocolate e ainda fiquei de castigo. Mas valeu a lição, ficou guardado na memória (Paulo, 46 anos).

Já Antônia (23 anos) traz um depoimento de conflito com os irmãos mais velhos que comiam seus chocolates:

Meus irmãos comiam todo chocolate correndo e não durava mais que três dias, mas eu, como mais nova, achava que se comesse mais devagar duraria mais tempo e, conseqüentemente, teria uma experiência mais duradoura. Infelizmente, era apenas uma ilusão, pois assim que os chocolates deles acabavam, comiam os meus, me deixando triste e sem chocolate.

O relato de Nataly, assim como outros relatos da pesquisa alternam entre um contexto negativo e de frustração para uma ocasião positiva, nesse sentido, percebe-se a mutabilidade e originalidade de cada relação com o outro (CAILLÉ, *et al.*, 2019). Gotman (2019) aborda tal perspectiva trazendo a noção de reversibilidade da hospitalidade, isto é, existe sempre inospitalidade no horizonte da hospitalidade e vice-versa, e, portanto, deve-se ter a noção da reversibilidade da relação ao posto de ponderar a hospitalidade ou falta dela no absoluto.

8 Contexto individualista e interesse pessoal: Com menor frequência, cerca de 3% dos depoimentos apresentaram esse contexto que, apareceu como forma de tentar agradar para obter algo em troca, melhorar a imagem de si mesmo para os outros ou não querer partilhar ou se abrir.

O interesse em conseguir algo para si ou obter algo apareceu por meio de relatos envolvendo a permuta por chocolate, como o caso de Alê durante a infância:

[...] o chocolate dele sempre acabava mais rápido que o meu, às vezes, quando eu queria muito alguma coisa e ele não me emprestava ou não queria fazer pra mim eu dava meus chocolates pra ele em troca, e ele aceitava na hora. Dependendo da coisa, eu teria que conseguir mais chocolate pra ele, ainda bem que sempre tinha meu estoque.

Foi possível interpretar que algumas pessoas procuram se diferenciar defendendo o consumo exclusivo de chocolate. A noção de distinção social diz respeito aqui a todos os usos do consumo como instrumento de poder e de diferenciação sobre o outro (BOURDIEU, 2007). Para alguns depoentes, um chocolate mais fino e com valor diferenciado também é um meio de repassar uma imagem, diz respeito às formas de consumo em que o indivíduo afirma seus gostos e suas aspirações pessoais.

Nesse sentido, a hostilidade ou mesmo inospitalidade, isto é, ausência da hospitalidade, pode incluir um contexto de uma relação marcada pelo fato de não haver retorno, retribuição, ou ainda, o fato de querer se diferenciar por meio do consumo ou oferta exclusiva de alguns tipos de chocolate, podendo demonstrar soberba, arrogância e superioridade em uma relação como nos relatos de Ruby e Samira (BOURDIEU, 2007; WALK, 1997).

A depoente Ruby descreve como o chocolate, especialmente as caixas de bombons, pode ser símbolo de exclusividade e de luxo, podendo trazer a sensação de poder, de importância:

Mas teve uma época que era muito essa coisa do chocolate, de dar caixa de bombom, de se sentir importante, são superinteressantes, é de alta qualidade, que é difícil né de encontrar, acho que tem essa coisa também da exclusividade né, quando a gente ganha recebe alguma coisa que é exclusivo, é muito interessante. Eu gosto (Ruby, 34 anos).

O conceito de ideal ou exclusivo pode revelar características de autoimagem ou autoestima e, o chocolate pode ser utilizado como meio para transmitir a imagem que se gostaria que os outros percebessem de si. Além disso, o ensejo de aprovação social está relacionado nessas experiências com o chocolate (SIRGY *et al.*, 2000), como relatado também por Samira: “gosto de dar barras de chocolates importado e barras de bombons para médicos, amigos e familiares. Acho chique e gosto que lembrem de mim quando comerem”.

O chocolate, neste caso de Samira e Ruby, não representa somente sua composição, e sim o que pode significar, sendo utilizado como uma forma de melhorar a imagem de si mesmo, impressionar os outros e, principalmente, com o objetivo de tornar-se mais visível e admirável para os outros (O'CASS, 2004; SIRGY *et al.*, 2000).

O egoísmo ou individualismo também apareceu em alguns relatos, como no caso de Mari, Teresa e Alê, que descreveram as memórias marcadas pelo egoísmo com o consumo de chocolate:

[...] então ela fazia aquela brincadeira de esconder os ovos né, e a minha irmã Miriam, que na época tocava e estudava muito piano, ela sempre foi muito egoísta com as coisas dela, porque ela era muito zelosa e perfeccionista, e aí a gente procurava os ovos de Páscoa, cada um achava o seu e claro que a gente comia imediatamente, porém a Miriam não comia o dela. Nos momentos em que a gente estava morrendo de vontade de comer um docinho, ela aparecia com o ovo na mão, dava uma lambidinha pra provocar todo mundo e sumia com o ovo, a gente procurava esse ovo da Miriam e ninguém achava o ovo dela, e esse ovo durava umas duas semanas, ela aparecia misteriosamente com ovo, dava uma mordidinha e guardava para o dia seguinte, e nós nunca descobrimos o esconderijo dela do ovo de Páscoa, para nós o ovo dela durava uma eternidade (Mari, 53 anos).

Teresa e Alê também relatam uma perspectiva egoísta: “A minha afilhada de Limeira escondia os ovos de chocolate no guarda-roupa, ela comia de todo mundo, mas o dela ela comia sozinha durante o ano todo”. “O meu pai era viciado em chocolate, acho que puxou minha avó, os dois comiam muito, mas meu pai ganhava dela, ela sempre tinha chocolate pra gente, ele já não, ele comia tudo, não deixava pra gente, ele não gostava de dividir” (Alê, 36 anos).

Os entrevistados revelaram atitudes não generosas em relação a outras pessoas, demonstrando ser egoístas ao lidar com chocolate. Neste contexto, não gostam de compartilhar e querem guardá-lo para si.

O chocolate enquanto mediador das relações de hospitalidade pode atenuar ou exacerbar tensões, ser inclusivo ou exclusivo e, dependendo do contexto, representar arrogância e superioridade como nos relatos descritos. Rafestin também trabalha a alternância e os contrastes nas relações de hospitalidade:

A passagem da exterioridade para a interioridade supõe uma autorização ou um convite controlado por um rito, justamente o da hospitalidade. A hospitalidade é um rito que autoriza a transgressão do limite sem recorrer à violência. Ela é um “mecanismo” característico dos limites, de todos os limites sejam materiais ou não, desses limites que traduzem a contraposição da violência e da convivialidade, da paz e da guerra, da vida e da morte (RAFESTIN, 1997, p. 166).

A hostilidade ou mesmo inospitalidade, isto é, ausência da hospitalidade, pode incluir um contexto de uma relação marcada pela reversibilidade, isto é, dependendo do contexto a relação pode ser ressignificada e, de acordo com os resultados associados ao chocolate,

favorecendo, proporcionando ou redefinindo a relação com o outro (CAILLÉ, *et al*, 2019.; MANZI, 2011).

Nesse contexto, é importante problematizar a noção de hospitalidade (já que a palavra pode induzir automaticamente a algo considerado bom, quando na verdade pode ser polivalente), ressaltando a importância de seu valor simbólico nas relações sociais, que por vezes é passível de ambivalência. Tal reversibilidade da hospitalidade advém do fato que, por ser uma noção inerente à cultura, dependendo do contexto, os ritos de hospitalidade possibilitam suscitar níveis de ansiedade entre os envolvidos, o que pode, eventualmente, ocasionar ou exacerbar conflitos interpessoais. Nesse sentido, dentre os significados atribuídos ao chocolate em relações de hospitalidade contemporâneas, destacam-se majoritariamente os contextos positivos, entretanto, observa-se relações de conflito associadas a interesses pessoais e egoístas e, à distinção social, o que vai de encontro aos objetivos específicos desta tese de compreender tais contextos, motivações, sentimentos associados ao chocolate. Diante do exposto, oferecer algo a alguém deve considerar tais particularidades culturais e sociais, a fim de evitar possíveis desentendimentos ou gestos ofensivos.

As relações de hospitalidade envolvem reciprocidade, compartilhar, suspense, troca, obrigação moral, distinção, aproximação, entretanto, possibilita também ocasionar a frustração, podendo evidenciar contextos de hostilidade, o que corrobora com o objetivo geral da tese de compreender tais relações. Nesse sentido, o chocolate pode exercer múltiplas funções, simbolizando um elemento mediador dessas relações de hospitalidade.

4.2 As relações de hospitalidade sob influência do chocolate: motivações e sentimentos

Foi possível identificar que existe uma interdependência nas relações de hospitalidade e experiências que se desenvolvem em ocasiões associadas ao chocolate. Os contextos de comensalidade, de presentear, de contratos e favores, de encontros sociais, de ritual, de aproximação, de conflito e frustração e de individualismo e interesse pessoal revelam estruturar não somente as obrigações, mas também as relações de hospitalidade em variados contextos na contemporaneidade. De modo que ficou evidenciada a importância dos vínculos humanos em que a hospitalidade é mediadora dos laços sociais, (re)ordenando, instituindo e ou mantendo uma relação (CAILLÉ *et al.*, 2019).

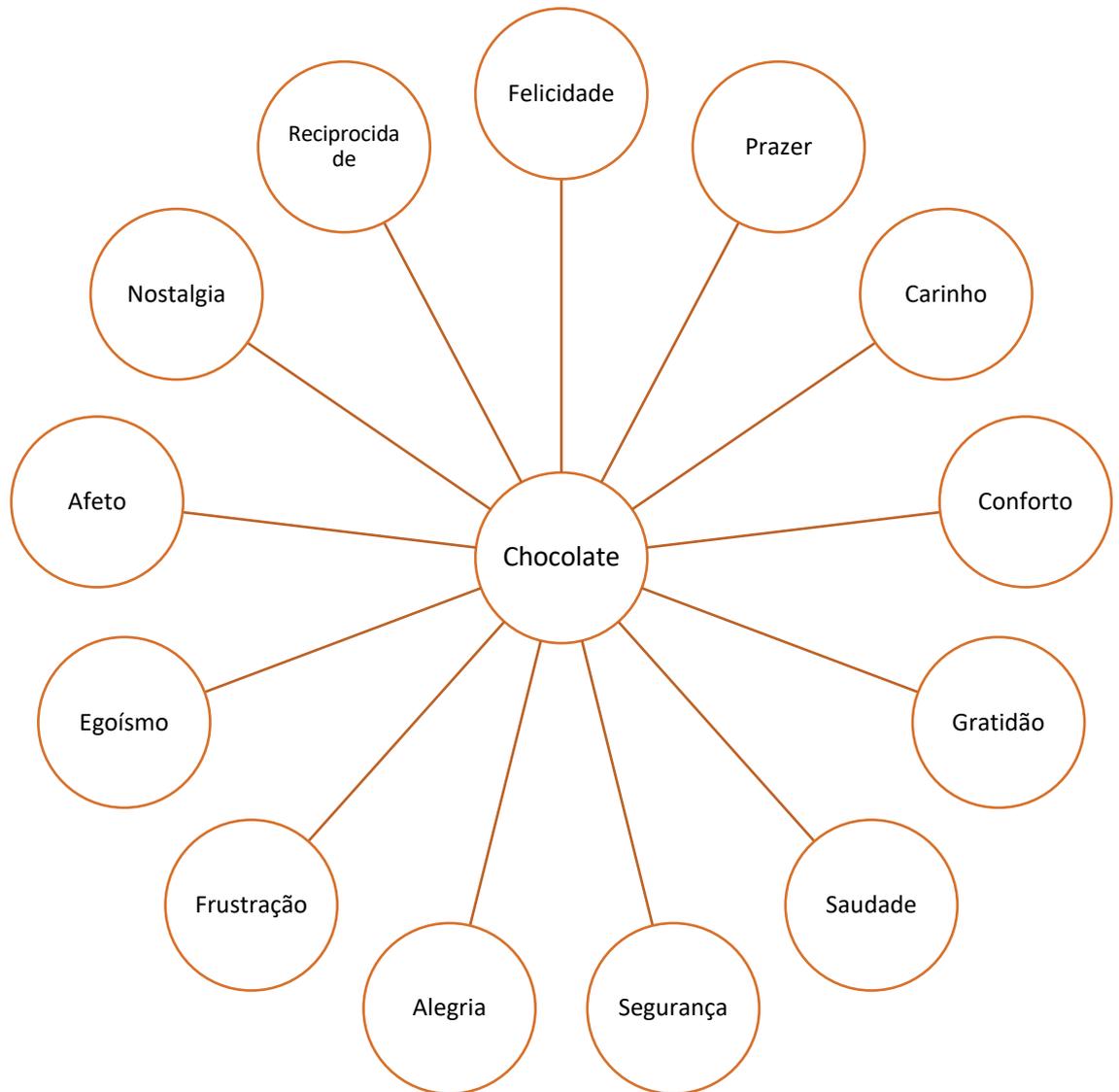
A circularidade da dádiva apareceu como elo principal entre os relatos da pesquisa, presente nos contextos, interligando e correlacionando narrativas, costumes, práticas, ritos sociais, contratos morais.

como foi o caso trazido em relatos com chocolates ostensivos ou exclusivos e, como forma de agradar, retribuir, como motivação para reunir amigos.

Além disso, evidenciou o chocolate associado a princípios de hospitalidade como receber alguém em casa, como elemento de comensalidade e partilha.

Observou-se que o chocolate pode suscitar diversos sentimentos nas relações de hospitalidade, como destacado nos depoimentos: “[...] é sempre uma festa quando faço algo com chocolate” (Katarine); “[...] agradar com chocolate é a certeza de acertar” (Teodora); “Não tem comemoração sem chocolate é como prazer, uma alegria, um carinho” (Júlia). De modo que os sentimentos preponderantes foram: felicidade, conforto, alegria, prazer, carinho, gratidão, nostalgia, frustração, reciprocidade, abertura, egoísmo, hostilidade, saudade, segurança, afeto, como ilustrado na figura 4.

Figura 4 - Sentimentos associados ao chocolate



Fonte: A autora (2021).

As motivações, sentimentos e significados relacionados ao chocolate como mediador de relações de hospitalidade salientaram, como já indicado, a dádiva como o elo central entre os contextos. Foi possível observar que a motivação é regida por um *continuum* que oscila entre voluntário e obrigatório dependendo da situação. Além disso, o consumo de chocolate se modificou ao longo do tempo, não mais como um ritual, mas evidenciando aspectos contemporâneos de seu consumo associados a estresse, compulsão, indulgência.

Assim sendo, a hospitalidade aparece como uma forma de se comunicar em sociedade, por meio de ritos, regras e comportamentos assimilados culturalmente que fazem parte da identidade, da subjetividade, demonstrando a hospitalidade como parte do comportamento

social humano. O chocolate se caracterizou como um facilitador na abertura ao outro, influenciando relações de hospitalidade, redefinindo vínculos de amizade, familiares, aproximando casais, namorados, mãe e filho, colegas de trabalho, avós e netos.

As relações de hospitalidade foram caracterizadas também por meio da assimetria existente em contextos de troca, de oferta de presentes, dentre outras. Tais experiências provam a inversão de papéis proporcionada pela hospitalidade, ora como anfitrião, ora como acolhido e é por meio dessa assimetria que a hospitalidade opera como uma consciência moral. Dessa forma, a reciprocidade, o acolhimento, o compartilhamento e as trocas apareceram nas relações de hospitalidade associadas ao chocolate como parte dessa consciência moral (CAILLÉ *et al.*, 2019; MANZI, 2011).

O chocolate também pode influenciar positivamente os encontros sociais, pode fornecer um presente seguro e apreciado quando seu simbolismo sociocultural é compreendido de forma semelhante tanto por quem oferece quanto por quem o recebe (SHERRY, 1983). A natureza da relação entre quem doa e quem recebe influencia o significado que é considerado apropriado para cada contexto específico de oferta de chocolate e, nesse sentido, o chocolate valoriza e pode melhorar contextos de relações de hospitalidade.

Analisar como os respondentes escolhem o chocolate e em que ocasião ofertar, a quem e em que contexto pode transmitir ênfases positivas e ou negativas para esta delicada comunicação simbólica e sociocultural das relações.

Dos oito (8) contextos observados na pesquisa, somente dois deles giraram em torno de aspectos negativos; o contexto de conflito ou frustração e o contexto individualismo e interesse pessoal. O viés conflituoso das relações de hospitalidade, como a hostilidade, pode ser um contexto marcado pelo fato de estar ligado ao egoísmo, da não retribuição ou ainda o fato de querer se diferenciar por meio do consumo ostensivo, como a oferta exclusiva de alguns tipos de chocolate pode demonstrar soberba, arrogância e superioridade em uma relação.

Outro ponto identificado após a interpretação dos dados foi a diferença entre esta pesquisa e outros estudos com chocolate em outros países, como: Itália e Estados Unidos (ZARANTONELLO, LUOMALA, 2011; BELK, COSTA, 1998). Tais pesquisas demonstraram existir um viés mais individualista e egoísta com relação ao compartilhamento e oferta de chocolate, fato que não foi demonstrado nesta pesquisa, ao contrário, as palavras e práticas sociais que mais apareceram nos relatos foram: compartilhamento, divisão e oferta. Tais achados relacionam-se à cultura brasileira deste estudo; até mesmo quando os respondentes ganhavam chocolate de presente, o mesmo era compartilhado, especialmente com pessoas próximas.

Os dados da pesquisa indicam que, no contexto brasileiro, o compartilhamento de chocolate é uma característica presente nas relações de hospitalidade associadas ao chocolate. Além disso, foi possível compreender que as experiências são sensíveis ao contexto e cada relação de hospitalidade é única. Neste senso, cada uma das experiências que apareceram nos diferentes contextos de hospitalidade possui significados pessoais e socioculturais.

O chocolate, dependendo do contexto analisado, é utilizado como comunicação simbólica na relação, mediando e redefinindo relações e conflitos e também na busca por inserção social. Além disso, como observado na revisão da literatura os significados associados ao chocolate foram se modificando ao longo do tempo, no início, seu consumo como bebida sagrada na América pré-hispânica, posteriormente como objeto de desejo após sua inserção na Europa, até sua transformação como símbolo de trocas, de conforto e de hospitalidade.

A reversibilidade da relação também foi observada nos relatos envolvendo o chocolate. Como comentado anteriormente, Gotman (2019) explica que existe sempre a reversibilidade da relação no horizonte da hospitalidade, portanto, deve-se ter a noção da instabilidade da relação. Nesta pesquisa, as relações de hospitalidade se revelam como múltiplas e polissêmicas, como uma forma de interagir em sociedade, especialmente na contemporaneidade, em que a interação humana pode se desenvolver de inúmeras formas, por meio presencial, virtual, nas ruas, em viagens, ou seja, a interação com o outro acontece a todo momento nos dias atuais.

As motivações sentimentos e significados associados ao chocolate evidenciaram a hospitalidade como uma forma de se comunicar em sociedade, por meio de ritos, regras e comportamentos assimilados culturalmente. Portanto, a hospitalidade mostra-se como parte do comportamento humano, enquanto uma forma política de interagir em sociedade, associando princípios, regras, ritos e, especialmente, o reconhecer o outro, o que implica pensar o acolhimento enquanto respeito, enquanto alteridade (BOUDOU, 2017; MANZI, 2011).

Se a hospitalidade é uma relação e um conjunto de regras e ritos intrínsecos à cultura e modos de agir em sociedade, ela é parte do cotidiano, da concepção da realidade, identidade e da subjetividade; nesse sentido, a hospitalidade só é efêmera e temporária em contextos meramente de relação entre hóspede e anfitrião como descreve Grassi (2011), mas ela é permanente enquanto parte da cultura, do comportamento social, enquanto ética (CAILLÉ *et al.*, 2019; MANZI, 2011). De modo que “o acolhimento permite pensar a relação com o outro, mas igualmente a relação consigo mesmo” (MANZI, p. 1160, 2011).

Compreender as relações de hospitalidade na contemporaneidade implica entender que é justamente na originalidade da experiência única de cada encontro com o outro que se inaugura a hospitalidade e a ética (LEVINAS, 1980). Por isso, cada encontro guarda uma inteira

originalidade, que estabelece o sentido de uma comunicação mais autêntica (CARVALHO, 2017; MANZI, 2011).

Neste contexto, a hospitalidade como parte da cultura desempenha um papel fundamental na conciliação de uma multiplicidade de códigos e costumes, com significados diferentes que precisam ser combinados para que a comunicação e a troca aconteçam (GODBOUT, 1997; MANZI, 2011). De modo que, o chocolate pode exercer múltiplas funções na mediação das relações de hospitalidade que, se demonstraram como polissêmicas e multifacetadas pois, dependendo da experiência, cada relação vai discorrer de uma maneira diferente da outra. Portanto, cada relação e cada contexto é único.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos conceitos sobre a hospitalidade enquanto princípios fundantes das relações humanas, a pesquisa abordou o papel do chocolate nas relações de hospitalidade contemporâneas. Mediante um estudo interpretativo, com abordagem hermenêutica, a pesquisa destacou como a importância da perspectiva sensível ao contexto pode facilitar a compreensão das relações de hospitalidade na contemporaneidade, visto a interculturalidade existente nas sociedades atuais.

Por meio desta pesquisa foi possível compreender que os estudos de hospitalidade devem levar em consideração os contextos em que as interações acontecem, pois cada relação de hospitalidade é única. Neste senso, cada uma das experiências que apareceram nos diferentes contextos de hospitalidade associados ao chocolate possui variadas motivações, significados pessoais e socioculturais, demonstrando a hospitalidade como uma forma de se comunicar em sociedade, por meio de ritos, regras e comportamentos assimilados culturalmente. Dessa forma, a hospitalidade evidencia-se como parte do comportamento social humano, enquanto uma forma de interagir em sociedade.

Contudo, para se chegar a tais conclusões, o caminho percorrido durante esta pesquisa percorreu por diversas etapas. A começar pela pesquisa bibliográfica, onde foi possível compreender por que o chocolate, esse alimento ancestral, está entrelaçado com a história das trocas, dádivas e rituais nas sociedades tradicionais e contemporâneas. A pesquisa exploratória na comunidade de produção e consumo de chocolates no ambiente virtual possibilitou a interação on-line, e explorar a cultura de produção e consumo do chocolate no Brasil. A pesquisa de campo coletou os dados por meio dos diários e entrevistas em profundidade. Os dados coletados resultaram na interpretação de 29 diários e 4 entrevistas em profundidade. Todas essas etapas que envolveram a teoria, coleta e análise de dados permitiram responder ao problema de pesquisa, de modo que, verificou-se que o chocolate pode influenciar de diferentes formas as relações de hospitalidade, sendo possível identificar oito contextos: comensalidade, presentear, contratos e favores, encontros sociais, ritual, aproximação, conflito e frustração, individualismo e interesse pessoal. Tais relações de hospitalidade associadas ao chocolate e a dinâmica das interações permitem se desdobrar em experiências majoritariamente positivas, mas também negativas. As proposições de pesquisa: a) o chocolate é um importante mediador de hospitalidade na contemporaneidade; b) a intenção/motivação inicial envolvendo o consumo de chocolate pode ser diferente da relação de hospitalidade que venha a ser instituída; c) os significados associados ao chocolate e sua interpretação ajudam no entendimento da

hospitalidade na contemporaneidade; d) as relações de hospitalidade podem ser positivas ou negativas, instituídas ou modificadas e, quando associadas ao chocolate promovem encontros sociais, satisfação, ansiedade; tais contextos de relações de hospitalidade são de aproximação, reconciliação, retribuição, hostilidade, tais pressupostos foram observados por meio da interpretação dos dados e descritos em cada um dos oito contextos encontrados nesta investigação.

Os objetivos da pesquisa foram evidenciados por meio dos resultados que, possibilitaram compreender as relações de hospitalidade sob influência do chocolate mediante os diferentes contextos destacados durante a investigação, identificando as principais motivações e sentimentos. Além disso, os dados da pesquisa indicaram que, no contexto brasileiro, o compartilhamento de chocolate é uma característica presente nas relações de hospitalidade associadas ao chocolate.

Foi possível identificar também a reversibilidade da relação, visto a instabilidade e polissemia da hospitalidade. Nesse sentido, o chocolate exerce múltiplas funções, simbolizando um elemento mediador dessas relações de hospitalidade. Assim, foi possível analisar a hospitalidade por meio dos alimentos, neste caso, o chocolate e como os alimentos desempenham funções simbólicas nas relações de hospitalidade, como mediar a primeira interação entre estranhos, como meio de atenuar tensões e agressividade, saciar uma necessidade fisiológica e como rito de comer socialmente, que pode ser considerado também entretenimento e lazer.

As experiências evidenciadas serviram para destacar a hospitalidade como comunicação, demonstrando a importante presença da hospitalidade na contemporaneidade, bem como a dinâmica das relações é guiada por meio do reconhecimento do outro e por princípios de hospitalidade assimilados culturalmente.

Este estudo contribui para a compreensão da hospitalidade na contemporaneidade e pode ser útil para pesquisadores e estudiosos de chocolates, especialmente pela valorização do chocolate como um elemento carregado de significados acolhedores como a comensalidade e sentimentos positivos associados ao cuidado com o outro, como um alimento de *comfort food*. Este trabalho apresenta como contribuição teórica a compreensão do uso de diários como ferramenta para pesquisas em hospitalidade, visto que os diários possibilitam extrair de uma série de fenômenos cotidianos “detalhes contextuais que envolvem fenômenos de interesse” (HYERS, 2018, p. 67). Além disso, foi observado que os diários conseguem capturar narrativas mais pessoais e íntimas do que por meio de entrevistas, pois aspectos como a timidez ou insegurança são menos relevantes para os participantes que escrevem o diário. O tempo maior

para a escrita do diário também possibilita uma riqueza maior de detalhes e experiências do que por meio somente das entrevistas.

Assim como o chocolate pode ser utilizado como mediador em diferentes relações de hospitalidade, a pesquisa também contribui para estudos análogos que objetivem estudar hospitalidade por meio de alimentos simbólicos, como o vinho, o bolo, o café, entre outros.

Como estudo para o futuro, foi identificada a necessidade de aprofundar e compreender a hospitalidade por meio da noção de subjetividade e intersubjetividade trazida por Levinas (1980), em que a hospitalidade é central para a construção social baseada na alteridade do outro, a ética da alteridade. Além de questões intrínsecas à hospitalidade como política e ética enquanto relações sociais e filosofia do acolhimento (FARIAS, 2011).

Apesar das contribuições evidenciadas, esta pesquisa apresenta limitações como ter sido desenvolvida de forma remota, por conta das condições da pandemia da COVID-19, e o fato de representar uma amostra do contexto brasileiro, uma amostra em outro contexto ou com várias localidades talvez apresente resultados diferentes.

Por fim, as relações de hospitalidade apresentadas nesta pesquisa permitem refletir sobre as implicações profundas que a hospitalidade traz para o desenvolvimento de vínculos humanos no cenário contemporâneo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABICAB. Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas. **Mercado de chocolates**, 2019. Disponível em: <http://www.abicab.org.br/paginas/chocolate/mercado-2019/>. Acesso em: 5 abr. 2019.
- ACCB. Associação Bean To Bar Brasil. Disponível em: <http://www.beantobarbrasil.com.br>. Acesso em: 03 nov. 2019.
- ALASZEWSKI, Andy. **Using Diaries for Social Research**. Londres: Sage, 2006.
- ACSB. Associação Cacau Sul da Bahia. Disponível em: <http://www.cacausulbahia.org>. Acesso: 22 fev. 2019.
- ANTINUCCI, Francesco. **Spezie: una storia di scoperte, avidità e lusso**. Bari: Editori Laterza, 2016.
- BADARÓ, Diego.; OLIVETTO, L. **Floresta, cacau e chocolate**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2016.
- BASTOS, S. R.; SALLES, M. R. R.; BUENO, M. S. Turismo e Imigração: Por uma Política de Hospitalidade no Brasil entre 1937 e 1951. **Rosa dos Ventos**, vol. 6, n. 2, 2014.
- BAUER, M. AARTS, B. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. *In*: M. W. Bauer & G. Gaskell (coord.). **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2010, p. 39-63.
- BECKETT, S. T. (2000). **The Science of Chocolate**. Cambridge: The Royal Society of Chemistry Published.
- BELK, R. W. The emergence and transformation of consumer behaviour research. *In*: MILLER, D. (edt.). **Acknowledging Consumption: a review of new studies**. London: Routledge, 2005, p. 53-94.
- BELK, R. W.; COSTA, A. Chocolate Delights: gender and consumer indulgence. *In*: Eileen Fischer (org.). **Gender and Consumer Behavior**. San Francisco, CA: Association for Consumer Research, 1998, p.179-194.
- BELK, Russell. W. Sharing. **Journal of Consumer Research**, v.36, 2010.
- BRAGA, M. R. I. O chocolate à mesa: sociabilidade, luxo e exotismo. **Colóquio Formas e Espaços de Sociabilidade: Contributos para uma História da Cultura em Portugal**. Lisboa: Universidade Aberta, 2006.
- BOLGER, N.; DAVIS, A; RAFAELI, E. Diary method: capturing life as it is lived. **Annual Review of Psychology**, v.54, n.1, p. 579-616, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Papiurus, 2005.
- BOUDOU, B. Elementos para uma antropologia política da hospitalidade. *In*: BRUSADIN, L. B. (ed.). **Hospitalidade e Dádiva: A alma dos lugares e a cultura do acolhimento**. Curitiba: Editora Prismas, 2017.
- BOUTAUD, J. Comensalidade: compartilhar à mesa. *In*: **O livro da Hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac, 2011.

- BURGESS, J. Perspectives on gift exchange and hospitable behavior. **International Journal of Hospitality Management**, v.1, n.1, p. 49-57, 1982.
- CAILLÉ, Alain. **Antropologia do dom: o terceiro paradigma**. Petrópolis : Editora Vozes, 2002.
- CAILLÉ, A.; CHANIAL, P.; COVA, B.; GAUTHIER, F.; RÉMY, É. Consommer, donner, s'adonner : les ressorts de la consommation. **Revue du MAUSS**, n.44, 2014.
- CAILLÉ, A.; CHANIAL, P.; GAUTHIER, F.; ROBERTSON, F. Le don d'hospitalité: quand recevoir c'est donner. **Revue du MAUSS**, n.53, 2019.
- CAMARGO, L. O. L. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, A. de F. M. e BUE-NO, M. S. (orgs). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson, 2003.
- CAMARGO, L. O. L. Os interstícios da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, v.12, n. 1, p. 42-69, 2015.
- CARVALHO, F. R. A hora das nações: ensaio sobre a ideia de um direito universal de hospitalidade a partir de Emmanuel Levinas. In: CORREIA, A. (org.). **Heidegger, Jonas, Levinas**. São Paulo: ANPOF, 2017, p. 62-82.
- CEPLAC. Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira. Disponível em: <http://www.ceplac.gov.br>. Acesso em: 12 dez. 2018.
- COE, Sophie.; COE, Michael. **The true history of chocolate**. Nova Iorque: Thames&Hudson, 2007.
- COLE, S. Hospitality and Tourism in Ngadha: An Ethnographic Exploration. In: LASHLEY, C. LYNCH, P.; MORRISON, A. **Hospitality a social lens**. Oxford: Elsevier, 2007, p. 61-72.
- CONTRERAS, Jesus.; GRACIA A. Mabel. **Alimentação, sociedade e cultura**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011.
- CORDEIRO, R. A.; WONG, N., PONCHIO, M. C. A gift economy perspective on the cycle of financial vulnerability. **Journal of Harvard**, v.39, n.1, p. 25-36, 2019.
- CORREIO DA UNESCO. The fortunes of money. P. 10-44, 1990.
- COX, C. **Chocolate unwrapped: politics of pleasure**. London: Women's environmental networking, 1993.
- DALLI, D. ROMANI, S. Consumption experiences and product meanings: pasta for young Italian consumers. In: CARU, A. COVA, B. (eds.) **Consuming experiences**. Londres: Routledge, 2007, p. 65-78.
- DENCKER, A. Hospitalidade e interação no mundo globalizado. **Rosa dos Ventos**, v.5, n.1, p. 4-14, 2013.
- DERRIDA, J. Hostipitality. **Angelaki, Journal of the Theoretical Humanities**. vol. 5, n.3, p. 3-18, 2000.
- DERRIDA, J. **The Principle of Hospitality**. Parallax, 11:1, p. 6-9, 2005.
- D'ONOFRE, D. G. **Hospitalidade como tecnologia no Vale do Café fluminense do século XXI: produção e consumo**. 2017. Tese de Doutorado - Programa Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - Rio de Janeiro, 2017.
- DOUGLAS, M. **Purity and Danger**. Harmondsworth, Routledge, 1970.

- DUARTE, Alice. A antropologia e o estudo do consumo: revisão crítica das suas relações e possibilidades. **Etnográfica**, v. 14, n. 2, 2010, p. 363-393, 2010.
- DURKHEIM, E. **The Elementary Forms of Religious Life**. Oxford: Oxford University Press, (2008 [1912]).
- FARIAS, A. B. A hospitalidade: desconstrucionismo e alteridade na filosofia do acolhimento de Derrida e Levinas. **Revista Filosofazer**, n. 38, 2011.
- FISCHLER, C. Commensality, society and culture. **Social Science Information**, v.50 n. 3-4, 2011.
- FISCHER, E.; CASTILHOS, R. B. & FONSECA, M. J. Entrevista qualitativa na pesquisa de *marketing* e do consumidor: abordagens paradigmáticas e orientações. **Revista Brasileira de Marketing**, 13(4), p. 67-79, 2014.
- FORTE ECN, PIRES DEP, TRIGO SVVP, Martins MMFPS. A hermenêutica e o *software* ATLAS.ti: união promissora. **Revista Texto e Contexto Enfermagem**, 26(4): e0350017, 2017.
- FRANGIONI, Z. Disponível em: https://revista.drclas.harvard.edu/book/resurgence-brazilian-cacao-and-chocolate?admin_panel=1. Acesso em: 22 out. 2020.
- FULLER, L. K. **Chocolates fads, folklore e fantasies: 1000 chunks of chocolate information**. New York: Harrington Park Press, 1994.
- GAVIOLI, M.C.; BASTOS, S. R. How hospitality fosters new businesses on the internet. **Hospitality and Society**, v.9, n.3, pp. 423-438, 2019.
- GILLER, M. **Bean to bar chocolate: America's craftchocolate revolution**. North Adams, MA: Storey Publishing, 2017.
- GIMENES-MINASSE, M. H. S. G. Novas configurações do comer junto: reflexões sobre a comensalidade contemporânea na cidade de São Paulo (Brasil). **Estudos Sociedade e Agricultura**, n.2, p. 251-275, 2017.
- GODBOUT, J. Récevoir c'est donner. **Communications**, n 65, p. 35-48, 1997.
- GODBOUT, J. Introdução à dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.13, n. 38, p. 39-52, 1998.
- GODBOUT, Jacques. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- GOTMAN, A. La question de la hospitalité aujourd'hui. **Communications**, L'hospitalité. 65, p. 5-19, 1997.
- GOTMAN, A. O Comércio da Hospitalidade é Possível? Tradução: Luiz Octávio de Lima Camargo. **Revista Hospitalidade**, v.6, n. 2, p. 3-27, 2009.
- GOTMAN, A. Marcel Mauss: uma estação sagrada da vida social. In: Montandon, Alain (org.) **O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2011, p. 73-82.
- GOTMAN, A. Hospitalidade em sentido próprio e figurado. **Revista Hospitalidade**, v. 16, n. 03, p. 160-174, 2019.
- GOULD, J. A nice piece of cake and a kibitz: reinventing Sabbath hospitality in an institutional home. **The Journal of Architecture, Design and Domestic Space**, v.10, n.2, p. 189-206, 2013.
- GRANADO, O. El chocolate antes de la Gran Guerra: Una perspectiva desde los sistemas abiertos. **Tiempo&Economía**, v.4, n.2, p. 67-88, 2017.

- GRIZOSTE, W. F. A questão do estrangeiro em Paul Ricoeur. **Letrônica**, Porto Alegre, v. 7, n. 2, p. 826-839, 2014.
- GUBA, E. G.; LINCOLN, Y. S. Competing paradigms in qualitative research. *In*: DENZIN, N. K. (eds.). **Handbook of qualitative research**. Thousands Oaks (EUA): Sage, 1994, p.105-117.
- GUBA, E. G.; LINCOLN, Y. S. **The constructivist credo**. California (EUA): Left Coast Press, 2013.
- HALL, Stuart.; GAY, Paul. **du. Questions of cultural identity**. London: Sage, 1996.
- HIRSCHMAN, E. C.; HOLDBROOK, M. B. Expanding the ontology and methodology of research on the consumption experience. *In*: BRINBERG, D.; LUTZ, R. J. (coord.). **Perspectives on methodology in consumer research**. New York: Springer,1986, p. 213-2:51.
- HYERS, Lauri. **Diary methods**. New York: Oxford University Press, 2018.
- HUBERT, Henri.; MAUSS, Marcel. **Sacrifice: it's nature and functions**. Chicago: University Press, 1964.
- JAMES, A. The good, the bad and the delicious: the role of confectionery in british society. **Sociological Review**, 38, p. 666-688, 1990.
- JOLLIFFE, L. Tea and hospitality: more than a cuppa. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 18(2), p. 164-168, 2006.
- LASHLEY, Conrad.; MORRISON, Alison. **In Search of hospitality: theoretical perspectives and debates**. Routledge, 2000.
- LASHLEY, Conrad. Para um entendimento teórico. *In*: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (eds.). **Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas para um Mundo Globalizado**. São Paulo: Manole, 2004, p. 1-24.
- LASHLEY, Conrad.; LYNCH, Paul.; MORRISON, Alison. **Hospitality a social lens**. Oxford: Elsevier, 2007.
- LASHLEY, C. Hospitalidade e Hospitabilidade. **Revista Hospitalidade**, v. 7, n. especial, p. 70-92, 2015.
- LECOUNT L. Like water for chocolate: Feasting and political ritual among the late classic Maya at Xunantunich. **American Anthropologist**. v. 103, n. 4, p. 935-953, 2001.
- LEE, H. Taste with color, mapa de sabores para degustação de chocolate. Disponível em: https://cdn.shopify.com/s/files/1/0083/7448/5055/products/Brazilian_Taste_With_Colour_1024x1024@2x.JPEG?v=1565551625. Acesso em: 02 jun. 2020.
- LEVINAS, Emmanuel. **Totalidade e infinito**. Tradução de José Pinto Ribeiro, Lisboa, Portugal: Edições 70, 2000 [1961].
- LUGOSI, P. From food, work and organization to the study of hospitality and organization: reconsidering the special issue of human relations. **Hospitality and Society**, v.1, n. 1, p. 85-89, 2001.
- LUGOSI, P. Hospitality spaces, hospitable moments: consumer encounters and affective experiences in commercial settings. **Journal of Foodservice**, v.19, p.139-149, 2008.
- LUGOSI, P.; LAMBIE-MUMFORD, H.; TONNER, A. Food, drink and hospitality: Space, materiality, practice. **Hospitality and Society**, vol. 4, 2014.
- LUGOSI, P. Hospitality and organizations: enchantment, entrenchment and reconfiguration. **Hospitality and Society**, v.4, n.1, p. 75-92, 2014.

- LUGOSI, P. Consuming hospitality. *In*: Lashley, C. (coord.) **Routledge Handbook of hospitality studies**. Abingdon: Routledge, p. 220-232, 2016.
- LUOMALA, H. T.; LAAKSONEN, M. A qualitative exploration of mood-regulatory self-gift behaviors. **Journal of Economic Psychology**, v.20, n.2, p. 147-182, 1999.
- LYNCH, P.; GERMANN, J. M.; MCINTOSH, A.; LUGOSI, P. Theorizing hospitality. **Hospitality and Society**, v.1, n.1, p. 3-24, 2011.
- MACK, N.; WOODSONG, C.; MACQUEEN, K. M.; GUEST, G.; NAMEY, I. Qualitative research methods: a data collector's field guide. **Research Triangle Park, NC: Family Health International**, 2005.
- MANZI, J. Emmanuel Levinas: Rosto e Epifania do outro. *In*: MONTANDON, A. (ed.). **O livro da Hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2011, p. 1159-1168.
- MARSHALL, D. Food as ritual, routine or convention. **Consumption, Markets and Culture**, v.8, n.1, p. 69-85, 2005.
- MARTINS, P. H. A dádiva e o terceiro paradigma nas ciências sociais: as contribuições antiutilitaristas de Alain Caillé. **Sociologias**, n.44, p. 163-196, 2017.
- MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a Dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. *In*: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: EPU/Edusp, 1974.
- MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003 [1974].
- MICK, D.; DEMOSS, M. Self-Gifts: Phenomenological Insights from Four Contexts. **Journal of Consumer Research**, v.17, p. 322-32, 1990.
- MINIFIE, B. **Chocolate, cocoa and confectionery: Science and technology**. New York: Chapman & Hall, 1989.
- MINTZ, Sidney. W. **Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History**. New York: Viking, 1985.
- MINTZ, S.W. Comida e antropologia: uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.16, n. 47, out. 2001.
- MIRANDA, J. V. A. Levinas e a reconstrução da subjetividade ética: aproximações com o campo da educação. **Revista Brasileira de Educação**. 19(57), 2014.
- MOERAN, B.; SKOV, L. Cinderella Christmas: kitsch, consumerism, and youth in Japan. *In*: MILLER, D. (org.) **Unwrapping Christmas**, p. 105-133, Oxford: Clarendon Press, 1993.
- MONTANDON, A. Espelhos da hospitalidade. *In*: MONTANDON, Alain. (ed.). **O livro da Hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2011, p. 31-38.
- MULLER, I. (2012). **Anuário brasileiro do cacau 2012**. Santa Cruz do Sul: Editora Gazeta Santa Cruz.
- NORTON, M. Tasting empire: Chocolate and the European internalization of Mesoamerican Aesthetics. **The American Historical Review**. 111(3), p. 660-691, 2006.
- O'CASS, A.; MCEWEN, H. Exploring Consumer Status and Conspicuous Consumption'. **Journal of Consumer Behaviour**, 5: 1, p. 25-39, 2004.

- O'GORMAN, K. D. Dimensions of Hospitality: Exploring Ancient and Classical Origins. *In*: LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. **Hospitality: a social lens**. Oxford: Elsevier, 2007.
- O'REGAN, M.; CHOE, J.; YAP, M. Conspicuous consumption and hospitality at a wine festival in China. **Hospitality and Society**, v. 9, n. 2, p. 125-143, 2019.
- PATICO, J. Chocolate and Cognac: Gifts and the Recognition of Social Worlds in Post-Soviet Russia. **Ethnos: Journal of Anthropology**. Vol. 67.3, p. 345-368, 2002.
- PEIRANO, Marisa. **Rituais ontem e hoje**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- PERROT, D. Dádiva: Hospitalidade e Reciprocidade. *In*: Montandon, Alain (org.) **O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2011, p.1437.
- PITT-RIVERS, J. The law of hospitality. **HAU: Journal of Ethnographic Theory**, v.2, n.1, p. 501-517, 2012.
- QUINTÃO, R. **The rite of passage from regular to connoisseur consumer: the role of the taste transformation ritual in the specialty coffee context**. 2015. Tese de doutorado da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, 2015.
- RAFFESTIN, C. **Réinventer l'hospitalité**. **Communications**, Paris: Editions du Seuil, n. 65, p. 165-174, 1997.
- RECANATI, F; MARVEGGIO, Davide; DOTELLI, Giovanni. From beans to bar: a life cycle assessment towards sustainable chocolate supply chain. **Science of The Total Environment**, v. 6130-614, p. 1013-1023, 2018.
- RICOEUR, Paul. **Teoria da interpretação: o discurso e o excesso de significação**. Lisboa (PT): Edições 70; 2016.
- RIVIÈRE, Claude. **Os ritos profanos**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- ROOK, D. W. The ritual dimension of consumer behavior. **Journal of Consumer Research**, v.12, n. 3, p. 251-264, 1985.
- SALTINI, R.; AKKERMAN, R.; FROSCHE, S. Optimizing chocolate production through traceability: a review of the influence of farming practices on cocoa bean quality. **Food Control**, n. 29, p. 167-187, 2013.
- SALVADOR, A. G. Vampirismo. *In*: MONTANDON, A. (ed.). **O livro da Hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2011, p. 829-834.
- SCHWANDT, T. A. Constructivist, Interpretivist Approaches to Human Inquiry. *In*: DENZIN, N. K., LINCOLN, Y. S. (coord). **The landscape of qualitative research theories and issues**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1998, p. 221-259.
- SATO, C. C. M.; PÉPECE, O. M. C. Fatores motivadores do consumo de chocolates finos no Brasil. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 12, n.2, p. 157-171, 2013.
- SELWYN, T. An Anthropology of hospitality. *In*: LASHLEY, C; MORRISON, A. (coord.). **Search of hospitality**, Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.
- SERAPHIN, H.; KORSTANJE, M. E. Drinking alcohol as a host-guest mediator in the rite of hospitality. *In*: **Critical Essays in Tourism Research**, 2018.

- SHERRY, J. Gift Giving in Anthropological Perspective. **Journal of Consumer Research**, v. 10, n.2, p. 157-168, 1983.
- SHERRY, J. F.; McGrath, M. A. Unpacking the holiday presence: a comparative ethnography of two gift stores. *In*: Hirschman, E. C. (orgs). **Interpretative Consumer Research**. Provo (UT): Association for Consumer Research, 1989, p. 148-167.
- SHERRY, J. The dark side of the gift. **Journal of Business Research**, n.28, p. 225-244, 1993.
- SHERRY, J. F. Jr. Bottomless cup, plugin drug: A telethnography os coffee. **Visual Anthropology**, v.7, n. 4, p. 351-370, 1995.
- SHERRY, J. Culture, Consumption, and Marketing: Retrospect and Prospect. *In*: KARIN, M.; EKSTROM,.; HELENE, B. **Elusive Consumption**. Oxford: Berg, 2004, p. 45-64.
- SMITH, W. G. C. The Global Consumption of Hot Beverages, c.1500 to c.1900. *In*: Nutzenadel, A.; Trentmann, F. (coord.). **Food and globalization: Consumption, Markets and politis in the modern world**. Oxford: Bergpublishers, 2008.
- SIRGY, M.J.; GREWAL, D.; MANGLEBURG, T. Retail environment, self-congruity, and retail patronage: an integrative model and a research agenda. **Journal of Business Research** vol. 49, n. 2, p. 127-38, 2000.
- TELFER, E. A filosofia da “hospitalidade”. *In*: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (org.) **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004, p. 53-78.
- THOMPSON, C. J.; ARSEL, Z. The Starbucks brandscape and consumer’s (anticorporate) experiences of globalization. **Journal of Consumer Research**, v.31, n.3, p. 631-642, 2004.
- THOMPSON, C. J.; HOWARD R. P.; WILLIAM, B. L. The Spoken and the Unspoken: A Hermeneutic Approach to Understanding the Cultural Viewpoints That Underlie Consumers Expressed Meanings. **Journal of Consumer Research**, v.21, december, p. 432-52, 1994.
- THOMPSON, C. J. Interpreting consumers: A hermeneutical framework for deriving marketing insights from the texts of consumers’ consumption stories. **Journal of Marketing Research**, v.34, n. 4, p. 438-455, 1997.
- ZARANTONELLO, L.; LUOMALA, H, T. Dear Mr. Chocolate: Constructing a Typology of Chocolate Consumption Experiences Through Qualitative Diary Research. **Qualitative Market Research**, v.14, n.1, p. 55-82, 2011.
- ZARRILLO, S.; GAIKWAD, N.; LANAUD, C.; POWIs, T.; VIOT, C.; LESUR, I.; FOUET, O.; XAVIER, A.; GUICHOUX, E.; SALIN, F.; SOLORZANO, R.; L., OLIVIER, B.; VIGNES, H.; SEVERTS, P.; HURTADO, J.; YEPEZ, A.; GRIVETTI, L.; BLAKE, M.; VALDEZ, F. The use and domestication of Theobroma cacao during the mid-Holocene in the upper Amazon. **Nature Ecology & Evolution**. v.2, p. 1879-1888, 2018.
- WALKER, T. Slave Labor and Chocolate in Brazil: The Culture of Cacao Plantations in Amazonia and Bahia (17th–19th Centuries). **Journal Food and Foodways**, v.15, n.1-2, p. 75-106, 2006.
- WARDE, Alan. **Consumption, food and taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture**, London: Sage, 1997.
- WEBER, Florence. **Trabalho fora do trabalho: uma etnografia das percepções**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

WEINER, Anette. B. **Inalienable Possessions**: the paradox of keeping-while-giving. Berkeley: University of California Press, 1992.

WILLIAMS, J. We never eat like this at home: food on holiday. *In*: CAPLAN, P. (ed.). **Food, health an identity**. Londres: Routledge, 1997, p. 51-17.1

APÊNDICE I – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA ENTREVISTAS



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para entrevistas

Projeto de Pesquisa de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi – Pesquisadora: Marcella Sulis

Título: O chocolate e seus significados nas relações de hospitalidade contemporâneas

Apresentação:

Esta é uma pesquisa para minha tese de doutorado, parte do requisito para formação acadêmica do Doutorado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objetivo da pesquisa é compreender os significados do chocolate nas relações interpessoais, procurando identificar as motivações e os diferentes contextos. Os dados desta pesquisa são confidenciais e serão utilizados apenas por mim. A identidade dos entrevistados será mantida no anonimato, assim como as entrevistas serão analisadas em conjunto com as outras respostas dos entrevistados.

Você está sendo convidado a participar como voluntário dessa pesquisa, caso aceite fazer parte deste estudo, assine as duas vias deste documento. Uma via pertence a você e a outra ao pesquisador. Caso não aceite, não haverá nenhuma penalidade.

Caso necessite fazer alguma consideração ou esclarecer dúvidas sobre a pesquisa e sua entrevista, deverá ser esclarecida com a pesquisadora responsável Marcella Sulis via email marcellasulis@hotmail.com ou pelo telefone (21) 982279592 ou então com a orientadora da pesquisa Professora Maria Henriqueta Gimenes-Minasse também via email: mariegimenes@gmail.com ou pelo telefone (11) 997398757.

Eu: _____ RG: _____

CPF: _____

declaro que li ou leram para mim e me esclareceram sobre os motivos e procedimentos desta pesquisa. Declaro que concordo em participar do estudo, na qualidade de voluntário (a).

Estou ciente de que recebi uma cópia deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e que outra cópia ficará com o pesquisador responsável: Marcella Sulis, RG: 344050087.

Autorizo a gravação da minha entrevista para uso acadêmico sem fins lucrativos: SIM NÃO

Nome do depoente

Assinatura do depoente

_____, _____ de _____ de _____ (cidade, dia, mês e ano)

APÊNDICE II – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA DIÁRIO DE PESQUISA SOLICITADO



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para diário de pesquisa solicitado

Projeto de Pesquisa de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi

Título: O chocolate e seus significados nas relações de hospitalidade contemporâneas

Apresentação:

Esta é uma pesquisa para minha tese de doutorado, parte do requisito para formação acadêmica do Doutorado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objetivo da pesquisa é compreender os significados do chocolate nas relações interpessoais, procurando identificar as motivações e os diferentes contextos. Os dados desta pesquisa são confidenciais e serão utilizados apenas por mim. A autoria dos diários será mantida no anonimato, assim como as análises serão desenvolvidas em conjunto com os outros diários.

Você está sendo convidado a participar como voluntário desta pesquisa, caso aceite fazer parte deste estudo, assine as duas vias deste documento. Uma via pertence a você e a outra ao pesquisador. Caso não aceite, não haverá nenhuma penalidade.

Caso necessite fazer alguma consideração ou esclarecer dúvidas sobre a pesquisa e sua entrevista, deverá ser esclarecida com a pesquisadora responsável Marcella Sulis via por email marcellasulis@hotmail.com ou pelo telefone (21) 982279592 ou então com a orientadora da pesquisa Professora Maria Henriqueta Gimenes-Minasse via email: mariegimenes@gmail.com ou pelo telefone (11) 997398757.

Eu: _____ RG: _____

CPF: _____

declaro que li ou leram para mim e me esclareceram sobre os motivos e procedimentos desta pesquisa. Declaro que concordo em participar do estudo na qualidade de voluntário (a). Estou ciente de que recebi uma cópia deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e que outra cópia ficará com o pesquisador responsável: Marcella Sulis, RG: 344050087.

Autorizo a utilização do diário por mim produzido para fins acadêmicos sem fins lucrativos:
SIM NÃO

Nome do depoente

do depoente

Assinatura

_____, _____ de _____ de _____ (cidade, dia, mês e ano)

APÊNDICE III – ROTEIRO PARA DIÁRIO SOLICITADO



Diário de experiências associadas ao chocolate

Orientações: Obrigada por participar como voluntário na pesquisa de doutorado sobre hospitalidade e chocolate! A seguir, descrevemos algumas orientações para você escrever o diário.

Sugerimos relatar no diário tudo o que for relacionado a experiências envolvendo chocolate, desde eventos, encontros, confraternizações, ocasiões em que se recebe e oferece chocolate, até seu consumo. Sugere-se ainda atenção especial para as ocasiões envolvendo chocolate onde foi possível desenvolver algum tipo de vínculo social como no trabalho, e ainda, o estreitamento de laços como de amizade, familiar, profissional.

Lembramos que aqui a liberdade com relação a escrita é livre, escreva o que desejar, sobre qualquer ocasião envolvendo chocolate. Aqui a indicação é que se descreva o contexto que envolve o chocolate, detalhando como aconteceu, o que antecede a experiência e o pós-experiência. Neste sentido, seguem alguns exemplos do que relatar no diário sobre chocolate: descreva como se sente ao participar de uma situação em que tenha chocolate, ou como se sentiu ao receber chocolates. Descrever e explorar os sentimentos nas experiências com chocolate, como ganhar, dividir, compartilhar, receber alguém ou ser recebido com chocolate, nos mais variados eventos e contextos e, também com relação a pensamentos e fantasias, sonhos, desejos que envolvam chocolate; As razões pelas quais o chocolate é consumido; a presença ou ausência de outras pessoas nessas ocasiões; gostos, hábitos e rituais nesses momentos; Histórias de família, histórias pessoais ou de colegas. Fique à vontade para descrever as sensações que estão relacionadas ao universo do chocolate (prazer, culpa, sabor, textura, alegria, ansiedade). Você pode escolher entre escrever eletronicamente (computador ou celular) ou escrever a mão, como preferir. Você pode escrever conforme se lembrar ou como um diário: escrevendo um pouco a cada dia.

Sugerimos como tempo máximo para escrever o diário 20 dias, que deve ser respondido e finalizado por meio deste instrumento, ou, se preferir também pode escrever em outro formato como Word e depois encaminhar para o email abaixo.

Se surgir qualquer dúvida ou queira esclarecer algo a respeito da pesquisa, entre em contato comigo pelo email: marcellasulis@hotmail.com ou pelo telefone (21) 982279592. Antes de começar o diário pedimos que responda algumas perguntas abaixo e bom diário!!!

Antes de começar o diário, responda algumas perguntas abaixo



Nome:

Sua resposta _____

Data de Nascimento

Data

dd/mm/aaa:

Endereço

Sua resposta _____

Contatos de celular e e-mail:

Sua resposta _____

Ocupação:

Sua resposta _____

Formação:

Sua resposta _____

Gênero:

Feminino

Masculino

Prefiro não dizer

Outro: _____

Qual tipo de chocolate você mais gosta?

Sua resposta _____

Em que ocasiões você costuma comer chocolate?

Sua resposta

Costuma receber ou presentear com chocolate? Descreva um pouco essas situações e quais pessoas estariam envolvidas:

Sua resposta

Qual a primeira lembrança que tem relacionada ao chocolate?

Sua resposta

Quando foi a última vez que participou de alguma ocasião em que tinha chocolate? (Encontro, reunião, almoço) Descreva a situação e quem estava envolvido:

Sua resposta

O que o chocolate significa para você?

Sua resposta

Diário de experiências associadas ao chocolate

Diário de experiências associadas ao chocolate

Agora sim, sinta-se livre para escrever suas experiências nas páginas abaixo! (Caso você feche a aba do navegador as respostas não ficam salvas, deixe a aba aberta que você pode responder no tempo que desejar, caso não possa deixar a aba aberta, salve o que escrever no Word ou WhatsApp e me envie por email quando estiver finalizado, Obrigada!)

Página 1:

Sua resposta

APÊNDICE IV – GUIA PARA ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi Guia para entrevistas para pesquisa de Doutorado

Pesquisadora: Marcella Sulis

- Interagir com o respondente sobre questões informais como: o que faz, o que gosta de fazer, comer, cozinhar, como forma de iniciar uma conversa e tentar criar um ambiente em que o respondente se sinta confortável e descontraído (Creswell, 2010).
- Perguntar o nome e informações pessoais (idade, gênero, profissão, cidade e onde mora).
- Se for o caso, perguntar sobre o trabalho e suas relações neste contexto, onde trabalha? Colegas de trabalho? Interação fora do trabalho? *Happy hour*? Festas?
Introduzir a temática: trocas e favores, agrado, retribuição, amizade (Lugosi, 2016).
- Tocar no tema sobre consumo de chocolate de modo geral. (De acordo com as recomendações metodológicas hermenêutica, tanto Guba e Lincoln (2013) quanto Thompson (1997) citam a importância de estimular uma conversa inicial introduzindo um tema mais geral, estimulando a narrativa em determinado tema que se deseja aprofundar em seguida.)
- Conte quais são as ocasiões em que mais gosta de comer chocolate? (motivos: alegre, ansiedade, TPM, comemoração; Como: acompanhado, sozinho, final de semana; Quantidade: muito, pouco, e por quê?
- Tocar no tema sobre as relações familiares: tem irmãos? Onde moram? Se veem? Pais? Encontros e festas em família? Desenvolver na conversa: amizade, trocas e favores, presente, agrado, retribuição (Godbout, 1999).
- Alguma história familiar ou de amigos que envolve o chocolate ou fato interessante que se lembre sobre sua relação com chocolate? (Belk e Costa, 1998; Thompson, 1997).
- Explorar: memórias, relações.
- Trocas com chocolate, envolvendo presente, festa, autopresente, pagamento, favores (Caillé *et al.*, 2014; Sherry, 1983, 1993).
Conte como aconteceu?
(Explorar as memórias sobre tal fato e as pessoas envolvidas, outras vezes em que ocorreu?)
- Ocasões sociais envolvendo chocolate? (Caillé *et al.*, 2014; Lugosi, 2016).
Encontros, festas, almoços, jantares, trabalho; Conte como aconteceu?
(Explorar as memórias sobre tal fato, pessoas envolvidas, outras vezes em que ocorreu?)
- Tentou agradar alguém oferecendo chocolate? (Zarantonello e Luomala, 2011).
- Familiares? Amigos?
- Explorar o contexto do evento.
- Recompensa, favor, retribuição.
- Hedonismo.

- Se for o caso, falar sobre chocolates mais especiais, vendidos em lojas específicas, tipo caixas de bombons ou esses chocolates *gourmets*? Explorar em quais ocasiões costuma comprar, receber, comer? E por que é diferente das outras ocasiões? Explorar distinção, apreço, admiração (Zarantonello e Luomala, 2011; Bourdieu, 2007).

APÊNDICE V – EXEMPLO DE DIÁRIO COM MARCAÇÃO PARA INTERPRETAÇÃO DO *CORPUS* DE DIÁRIOS E TRANSCRIÇÕES DE ENTREVISTAS

DIÁRIO 20:

PSEUDÔNIMO: Antônia

Ocupação: Estudante/Pesquisadora

Formação: Mestranda em Turismo.

Gênero: Feminino

Qual tipo de chocolate você mais gosta? Amargo 85%

Em que ocasiões você costuma comer chocolate?

Cotidiano (pelo menos 3x por semana)

Costuma receber ou presentear com chocolate? Descreva um pouco essas situações e quais pessoas estariam envolvidas:

Costumo receber mais chocolates que presentear, normalmente de amigos ou familiares. **O chocolate aparece em meu cotidiano como uma comida afetiva e um "alívio" para as crises de ansiedade, o que é de conhecimento das pessoas mais próximas.**

Qual a primeira lembrança que tem relacionada ao chocolate?

Quando criança, a **Páscoa era um dos feriados mais animados em família. Todos os familiares se reuniam na casa da minha avó e era um dia** recheado de muita comida, mas principalmente sobremesas à base de chocolate, chocolates em barra, ovos para cada uma das crianças e ainda bombons espalhados/escondidos pelo quintal para brincadeiras de Caça ao Tesouro com meu irmão, irmã e primos.

Quando foi a última vez que participou de alguma ocasião em que tinha chocolate?

(Encontro, reunião, almoço) Descreva a situação e quem estava envolvido:

Nas últimas semanas precisei buscar meu diploma no INJC, logo aproveitei que já tinha me deslocado ao Rio e resolvi visitar uma cafeteria de uns **amigos**, já que não tenho saído durante a pandemia e nunca mais os vi. Como um local de reunião de apaixonados por café da cidade, a Casa do Barista sempre tem uma pessoa conhecida, seja trabalhando ou visitando. Ao longo da tarde, alternávamos diferentes tipos de café coado com chocolate, “restaurando” todas as minhas energias de socialização perdidas com o distanciamento social no último ano com a comensalidade.

O que o chocolate significa para você?

Como uma de minhas comidas afetivas, o chocolate surge um “remédio” nas crises de ansiedade, trazendo sentimentos positivos sem a necessidade de consumir grandes quantidades.

Página 1:

Como citei anteriormente sobre minha proximidade inicial com o consumo do chocolate, as comemorações da Páscoa envolviam MUITO chocolate. Sempre terminávamos o dia passando mal de tanto comer (como na maior parte das festas de família) e as crianças da casa (eu e meus irmãos) tínhamos nossos chocolates guardados em potes de sorvete com o nome de cada um. Meus irmãos comiam tudo correndo e não durava mais que três dias, mas eu, como mais nova, achava que se comesse mais devagar duraria mais tempo e, conseqüentemente, teria uma experiência mais duradoura. Infelizmente, era apenas uma ilusão, pois assim que os chocolates deles acabavam, comiam os meus, me deixando triste e sem chocolate.

Página 2:

Ainda que a aproximação com a gastronomia e a comida de verdade ocasionada pela graduação, uma memória muito afetiva associada ao chocolate seria aqueles doces ultraprocessados “sabor chocolate”, mas que na verdade tem gosto de sabão e gordura, como as bolinhas, moedas, etc.

Página 3:

Acredito que o consumo do chocolate se tornou algo muito mais “mágico” para mim depois que conheci o processo produtivo em uma visita técnica da faculdade, na fábrica de chocolate Quetzal, onde pude conhecer o chocolate *bean to bar*/de origem e as grandes diferenças sensoriais presentes em chocolates com ingredientes naturais e com as gorduras do próprio fruto. Isso mudou completamente meu perfil de consumo posteriormente, que era associado ao paladar doce e sem a menor consciência sobre os componentes e a própria história envolvida na produção.

Página 4:

Desde criança, os dias “frios” do Rio de Janeiro eram sinônimo de chocolate quente feito com meu pai. Assistíamos a filmes, conversávamos e tomávamos esse chocolate quente feito de leite, cacau, cacau e canela.

Página 5:

Ao longo de toda a vida, o meu passeio favorito era andar pelo Centro Histórico do Rio de Janeiro com minha madrinha, visitando museus e cafeterias. Como meu gosto por café é

relativamente recente (2018), enquanto ela tomava café, eu tomava chocolate quente, muitas vezes, com algum doce/bolo/torta à base de chocolate.

Página 6:

Meu pai odeia fazer compras, então quando vai ao mercado faz compras em quantidade. Certa vez no início deste ano, ele comprou muitas barras de chocolate, na intenção de comer ao longo do mês. Como eu estava em uma semana particularmente estressante com o mestrado, com muitas entregas de trabalho e pensando na qualificação, acabei tendo muita dificuldade para dormir e, conseqüentemente, muitas crises de ansiedade. Em meio as crises, comi TODAS as barras sozinha em poucos dias, ele ficou muito chateado, com razão. Desde então, ainda culpada pela invasão do estoque de chocolates da casa, acabei tendo o hábito de “compensar” essa situação dividindo 100% dos meus chocolates com ele, independente da quantidade, da qualidade e da situação. Na Páscoa, ganhei de uma amiga uma caixa de chocolates especiais, *bean to bar*/75% acima e toda barrinha que eu comia eu dava uma igual para ele para compartilhar a experiência (elas tinham 5 ou 10g acho). Hoje, muitos meses depois, achei a última barrinha desta caixa, perdida em uma gaveta e fiz questão de manter o “ritual” desenvolvido. Mordi um pedaço e dei o restante para ele. Não imagino que essa prática tenha o mesmo significado para ele que tem para mim, mas acabei ressignificando em parte este consumo e atribuindo mais afetividade para a divisão.

APÊNDICE VI – EXEMPLO DE TRANSCRIÇÃO PARA INTERPRETAÇÃO DO CORPUS DE DIÁRIOS E TRANSCRIÇÕES DE ENTREVISTAS

Entrevista realizada com a depoente Teresa no dia 13/07/2021, com duração de 50 minutos.

Tem uma coisa interessante, **minha mãe tem um grupo de amigas assim muito significativo, amigas de infância, elas moraram em internato juntas, meu avô era diretor do internato e elas têm uma relação muito grande desde jovem mesmo. Hoje a maioria está viúva.**

Então elas se aproximaram de uma forma muito próxima, essa relação de **amizade** não sofreu tanto, claro se afastaram no casamento, tudo, então elas se ajudam mutuamente, e uma delas, é bem vizinha da minha mãe, dois quarteirões, e tem um filho mais novo. Quando veio a segunda dose da vacina, minha mãe se viu numa dificuldade de remarcar, em São Paulo tem que marcar a segunda dose e **essa vizinha se ofereceu para ajudar e ir com minha mãe, levar ela de carro e minha mãe quis agradecer, de uma forma, mostrar que toda essa atitude de marcar, tirar essa angústia, ela é muito ansiosa, muito preocupada em fazer as coisas corretamente, ela teve alguém que fez por ela, essa relação né do menino e da amiga com menina acabou suprimindo o fato dela não saber mexer no aplicativo, de não ter como ir, então essas duas pessoas fizeram por ela tudo isso que estava ao redor né, do fato de tomar a segunda dose, e ela entendeu que uma maneira de agradecer a ambos né, achou que o chocolate, já que era possível que os dois comessem. Então ela foi saiu, se expôs, coisa que ela não estava fazendo, estava confinada, muito quietinha né, foi muito brusco, ela estava com uma vida de viagem, Itália, Croácia, Cancún, então foi muito brusca, muito cruel com o grupo, no núcleo familiar lá de casa. Então, esse cuidado de mãe e filho com ela, foi lindo, ela foi escolheu os chocolates, ela montou uma cesta né e agradeceu e já desceu com ela para entregar pra eles.**

Outra coisa que eu percebi uma diferença muito grande entre o último semestre de 2020 que a gente já estava na pandemia e o primeiro semestre deste ano: relacionando as coisas que eu tinha que fazer né, tem que estudar, tem que produzir, porque no segundo semestre do ano eu estava com duas disciplinas, a da tese da Miriam as Sênia, então eu estava muito envolvida, em cumprir os prazos, em fazer as tarefas que Miriam passava. Então eu estava ocupada de um jeito, ao mesmo tempo, eu consegui me cuidar, emagreci, fui na nutricionista, fiz exercício físico, comprei plano de ginástica e tudo mais, **quando chegou o primeiro semestre de 2021 vou contar que comi mais chocolate, eu me vi sozinha, eu não tinha disciplina mais nenhuma, eu tinha 9, pedi pra fazer não deixou, fiz o estágio docente, foi uma coisa que rolou, mas ela era professora, sob a tutela dela eu me descuidei da saúde, fui atrás de terapia de psiquiatra (risos),**

porque eu percebi que eu tive essa solidão, solidão estrutural mesmo, não tinha com quem me relacionar nas aulas, não tinha a quem dar satisfação, (expressão de preocupação, franzindo a testa). Claro tinha a Miriam, mas não tinha mais esse compromisso de aluna relação professora, continuei fazendo minhas coisas, mas continuei com minhas dificuldades, mais lenta, mais sozinha, acho que nosso grupo se afastou, normal, não se aproximou tanto, e acho que o chocolate entrou nessa compensação de comê-lo quase que diariamente, tentei escolher o menos, menos que traz prejuízo físico, mais gordura e calorias, o amargo dá uma sensação de prazer pra mim muito grande, já que o resto não tá prazeroso, né, não está prazeroso estudar sozinha, não está prazeroso não tem um fio, uma mediação. Eu preciso disso, eu não sou tão autodidata, de me virar só, eu preciso dessa mediação, eu percebi que tinha essa necessidade, e o chocolate entrou um pouco nesse momento mesmo, momento que eu me senti mais desequilibrada né, chegou um momento que eu cheguei a comprar 40 chocolates, não sei se eu conto isso no diário, então eu comprei 40, pequenininho, 5 gramas, promoção, cara você ter 40 chocolates em casa, não era tanto, mas o que eu fiz, eu guardei no fundo do guarda-roupa, pareceu que entrava em Nárnia (sorriso), eu enfiava a mão dentro do guarda-roupa, um lata linda de chocolate Roma, muito bonita, e tirava chocolate de dentro do guarda-roupa, simbolicamente parece que me transportava pra outro lugar, pegava o chocolate e trazia uma satisfação, do que o resto não estava tão satisfatório, eu fui melhorar recentemente (expressão triste), mais recentemente com a viagem que eu fiz em maio, para o caminho, e tratando mesmo, e tratei com psiquiatria, tomando uma coisinha aqui, porque realmente eu percebi que eu estava em sofrimento né.

Conversando agora me veio à memória o período que eu morei em Goiás, morei seis anos né,(sorriso) eu percebia que eu tinha uma relação boa, de ter horários mais frequentes para comer chocolate, no final de semana quando o Rogério chegava, preparar alguma coisa né de sobremesa, porque ele ia muitas vezes pra Goiás, eu passava a semana e a casa era gostosa, era um ambiente legal, saía do apartamento pequenininho e ia para um casa com quintal, fogão de lenha, (sorriso, expressão feliz) enfim, uma casa bem diferente do que a gente já tinha vivido, eu reservava o chocolate assim para momentos de reencontro, de encontrar ele depois de uma semana de distância né, a gente raramente ficava sem se ver mais do que 15 dias, então ele tinha esses horários, esses momentos mais marcantes. Eu não me recordo, por exemplo, lá de eu comprar tanto chocolate, eu fui comprar muito chocolate de 2017 pra cá, esses últimos anos, que eu voltei, para o IFG daqui, que mudou minha rotina de eu estar tão ocupada, realmente eu era muito ocupada, da direção geral, então eu tinha uma necessidade de estar muito exposta, eu não tinha tempo, como se eu tivesse muito tempo para comer o chocolate, sabendo também que

ele teria interferências, lá eu estava muito focada, eu tinha uma rotina muito gostosa de ginástica, de massagem, das obrigatoriedades de ficar no campus, ou no campus à noite, eu morava a duas casas do campus, se eu precisasse ir ao banheiro, eu ia à minha casa (risos nostálgicos), eu descia duas casas abria a porta estava na minha casa, então era maravilhoso, maravilhoso, (tom nostálgico, saudades) como eu disse, grande, legal, arejada, gostosa, tudo, e aí, o chocolate ele era pra esses momentos de reencontrar, o Rogério é diabético né, não tem o hábito de comer muito do doce, então não tem bolo, não tem pudim, **mas nos reencontros de final de semana de estar se vendo novamente, e outra coisa, quando a Cacau Show chegou em Goiás fez um pouquinho de diferença**, é um pouquinho imagina uma cidade de 19.000 pessoas, não tem shopping, não tem galeria e não tinha praticamente nada de um centro maior e não tinha nenhum lugar pra comprar chocolate, é o chocolate do supermercado, se tiver tem, e fica na geladeira. Em Goiás, o chocolate é conservado na geladeira, pois é muito quente aqui, pouquíssimas opções na Páscoa também, só o que chegava, pão era outra coisa difícil de comprar lá, só uma rede da cidade de Aparecida, uma rede muito ruim por sinal, não tinha nada, falando em marcas como: Pullman, Seven Boys, Wickbold nada, e chocolate mais ainda, e aí uma professora nossa de história percebeu essa falta, foi muito inteligente, eu não sei bem como ela fez, ela olhou pra cidade e percebeu ninguém vende chocolate aqui, e mergulhou mesmo, ela foi na fábrica, ele recebe franquias, estudou, ela transformou, refrigerou, e montou na sala da casa dela a loja da Cacau Show, (...) explodiu, porque ela fazia *delivery*, super esperta, simpática, e deu super certo, muito esperta.

Como eu vejo a possibilidade de presentear com chocolate eu vou pela assertividade, eu não sou uma pessoa que tenho muita criatividade pra presentear, eu procuro o que é de mais bacana de dar para alguém ou tento fazer manual, eu faço toalhas manuais, isso é o que sei fazer, presentear as pessoas com toalha de banho, com o que goste, mas qual; e a grande questão do chocolate eu acho que eu vou acertar, eu acho que as pessoas vão gostar vai ser assertivo, eu me interessa muito que as pessoas gostem do que eu vou presentear, eu não consigo dar qualquer coisa. Ela que lute ou então dê fim se não gostar, eu não consigo fazer esse desprendimento, eu preciso realmente que a pessoa goste, então eu **acho que o chocolate cumpre isso, ele é muito amplo na possibilidade de ela vir a gostar e ela consegue repartir, ele não é tão individual, consegue também repartir com outras pessoas, menos minha mãe, que esconde o chocolate pra comer sozinha (risos), ela não reparte não**, é, então eu acho que eu me lembro uma vez que eu ganhei uma cesta, por sinal foi umas das poucas coisas que eu ganhei foi uma rifa, na faculdade, na hotelaria, e eu ganhei e não comi sozinha né, eu era nova, recém-chegada a São Paulo, do interior, tudo mais, e eu abri a cesta na sala, eu poderia passar um tempão comendo sozinha,

mas não, eu abri e todo mundo comeu chocolate, éramos 40 alunos, a cesta acabou rapidinho (bastante risos), eu né enfim, me veio essa imagem, de todo mundo comendo o chocolate.

Ah e quando eu defendi o mestrado, que coincidiu com meu aniversário, quando eu comemorei a defesa, eu comprei um bolo, fiz um churrasquinho, comprei o bolo e foi de chocolate né (risos), e mandei fazer aquele *biscuit* por fora com a pessoa sentada numa cadeira em cima da mesa cheia de livros, um computador, posso até mandar a figurinha pra você, mas por dentro era chocolate. Esse dia foi bem legal porque, é foi o dia da defesa, eu defendi às 7 da manhã, era um sábado, um sábado, aí era 7 horas, eu fiz pães, eu fiz 60 pães no dia da defesa, eu montei um café da manhã, uma mesa bem legal, porque era muito cedo e avisei, não comam, venham tomar café aqui, então priorizei fazer as coisas daqui pra defesa, foi tudo de roça mesmo, aí aconteceu até umas 15h30.

Contratei um senhorzinho pra fazer o churrasco e uma confeitadeira, encomendei o bolo de chocolate, docinhos também de chocolate (ênfatisou com risos), umas 40 pessoas, bastante gente, **amigos**, família, coorientadora, as alunas, as meninas.

Eu sinto um preenchimento, o chocolate parece que ele ocupa pra mim um lugar de muita satisfação, muito prazer mesmo, por mais que sejam curtas, efêmeras assim, mas a sensação do preenchimento que ele traz, ocupar um pedaço, às vezes, dá carência, de saborear mesmo, de comer sozinha ou mesmo de comer com os outros, mas também tenho prazer em comer ele sozinho, eu amo olhar e falar tudo meu (risos). Parece que ele vem preenchendo camadas né, desses confortos né que a gente se dá, desses prazeres individuais, ele preenche mesmo, preenche com sabor, não tenho lembrança, eu lembro de ter comido chocolates ruins pro meu paladar, não eram os mais gostosos, eu consigo apurar se é amanteigado, percebe quando você está comendo alguma coisa de menos qualidade, quando queima, eu tenho um faro pra brigadeiro queimado, eu acho inadmissível, passou do ponto e a pessoa fez, eu acho tão indigno sabe? Como você se atreveu a isso? É muito cuidadoso mexer com chocolate sabe, eu já pensei seriamente em ao me aposentar mexer com chocolate, é eu acho que é uma arte.

Minha filha também gosta, especialmente o talento de maracujá, por sinal, você sabia que tem uma loja de KitKat com mais de 38 sabores de chocolate? Eu descobri no caminho de Cora Coralina, uma mulher fez esse comentário. A Lorena aprendeu a gostar, agora que ela está convivendo com minha mãe né, umas três semana já, elas estão comendo chocolate, estão comendo chocolate (risos), mandam foto, mandam foto de bolo vulcão, aquele que depois que corta a primeira fatia derrete, o chocolate em onda, um negócio (risos). Lorena engordou dois quilos esse período lá.

Conversando agora com a minha mãe, eu percebi que todas as viagens, depois que ela ficou viúva, ela passou a viajar bastante, ela viajava quando casada, mas eram coisinhas pelo país mesmo, mas quando ela passou a viajar pra fora, com esse grupo de amigas, elas viajam, às vezes, em 22 pessoas, pro mesmo lugar, juntas, foram para aquele cruzeiro do Carlinhos de Jesus e já foram duas vezes, foi o grupo todo de dança, mas e qual a relação que eu percebo que toda vez que ela vai para fora, ela traz chocolate, toda vez, porque ela consome, ela gosta mesmo, quando eu contei no diário que ela trouxe três barras de Toblerone, aquela barra enorme, pesada, colocou numa prateleira que não mexe, das sopeiras de cristal, ninguém mexe, ela pôs um à vista e o outro ela colocou mais pra traz, e ela não viu e ficou escondido, comeu os dois sozinha e não lembrou do terceiro, isso ela comprou em novembro de 2019, quando eu cheguei no Ano Novo, no dia 31, que eu fui mexer no armário, a gente sabe que ela esconde, no que eu agachei eu vi um pedacinho do papel e puxei e falei: “Mãe que é isso, escondendo chocolate”, ela levou um susto, que isso, disse: “O que é isso?”. Aí que ela foi fazer as conexões que havia trazido três barras grandes do navio e esquecido. E ela fala: “Eu vou com a viagem toda pronta, mas eu levo meu dinheiro para comprar minhas coisinhas” (risos). Aí ela teve que repartir, não sei se ela gostou, (risos) ela sempre traz, traz para presentear também, um saco cheio de chocolate, pros netos, sobrinhos, afilhados.

Eu trouxe alguns chocolates do Texas, quando tive a oportunidade de ir a um evento lá eu me deslumbrei com a prateleira de chocolate, era um universo de chocolates que eu não conhecia, eu tenho até fotos, um mundo mesmo, numa prateleira num empório, e eu trouxe alguns, trouxe até com uísque, com amarula isso, comprei lá os da Amazônia, sabe? Era muito farto, muito linda, posso até compartilhar as fotos, é um mundo, nunca tinha visto, porque a gente chega no supermercado é tão restrito né, sempre repetitivo, chocolates muito comercializados, você percebe a falta de qualidade que foi ficando, pra tudo a composição do Nescau, da Nutella, não consigo comer Nutella e não é barato. Aquela rede Oba de supermercado chegou a Goiânia faz uns quatro anos e é muito pertinho aqui de casa, eles foram muito espertos e para divulgar, que eles fizeram, pelo o preço lá não ser mais barato, eles começaram a fazer degustação de chocolate, então, pra quem vai com frequência, e eu já chegue a ir lá só pra comer chocolate (risos), eles pegaram a parte que tem todas frutas legumes, saudável, e depois as prateleiras, café, chocolate, que fica perto do vinho, acho que toda logística ali é proposital, eles partem as barras de chocolate italianas, e chocolate escuro mesmo gostoso, coloca numa bandejinha você passa e pega e experimenta, foi um *boom* aqui em Goiânia, sucesso.

APÊNDICE VII - Unidades de análise e subcategorias de análise

Unidade de análise

1 Contexto de aproximação

Subcategoria 1: Reencontro

Subcategoria 2: Iniciar vínculo

Subcategoria 3: Abertura

Subcategoria 4: Vínculo social

2 Contexto de encontros sociais

Subcategoria 1: Encontro familiar

Subcategoria 2: Almoços/Jantares de trabalho

Subcategoria 3: Reunir amigos

3 Contexto de presentear

Subcategoria 1: Agradecimento

Subcategoria 2: Visitar amigos e familiares

Subcategoria 3: Repassar uma imagem de si mesmo

4 Contexto ritual

Subcategoria 1: Acolhimento

Subcategoria 2: Data tradicional

Subcategoria 3: Ser aceito

Subcategoria 4: Receber (anfitrião)

5 Contexto de contrato e favores

Subcategoria 1: Retribuição

Subcategoria 2: Recompensa

Subcategoria 3: Dádiva

Subcategoria 4: Cuidar

6 Contexto de comensalidade

Subcategoria 1: Compartilhar alimentos

Subcategoria 2: Conforto (*comfort food*)

Subcategoria 3: Nostalgia alimentar

7 Contexto de conflito ou frustração

Subcategoria 1: Desentendimento interpessoal

Subcategoria 2: Frustração

Subcategoria 3: Arrogância

Subcategoria 4: Acesso

Subcategoria 5: Restrição

Subcategoria 6: Hostilidade

8 Contexto individualismo e interesse pessoal

Subcategoria 1: Egoísmo

Subcategoria 2: Interesse

Subcategoria 3: Repassar imagem de si mesmo

Subcategoria 4: Querer algo em troca

Subcategoria 5: Exclusividade

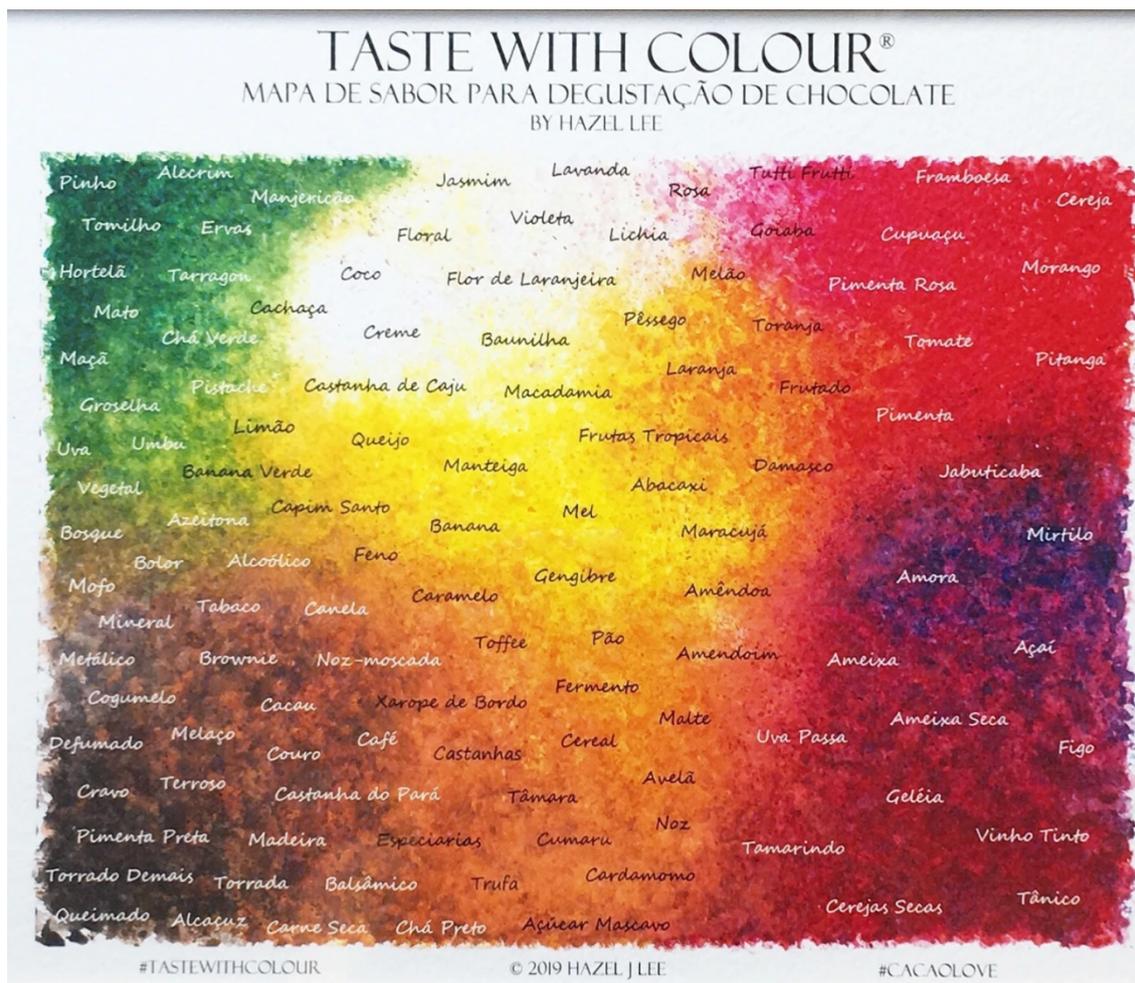
Subcategoria 6: Distinção social

Subcategoria 7: Poder

Subcategoria 8: Arrogância

Fonte: A autora (2021).

ANEXO I – MAPA DE SABORES PARA DEGUSTAÇÃO DE CHOCOLATES



Fonte: Hazel Lee (2020).

