

ENTRE PASSAS, “FRUCTAS” E FONDANT: RÓTULOS COMO INFORMAÇÕES E MEMÓRIAS

BETWEEN RAISINS, “FRUCTAS” AND FONDANT: LABELS INFORMATION AND MEMORIES

Antonio Agaílde Sampaio Ferreira – Universidade Federal da Paraíba (UFPB),

agaildes_junior@hotmail.com, <https://orcid.org/0009-0003-3423-7778>

Ana Cleide Patrício de Souza – Universidade Federal da Paraíba (UFPB),

ana2004cleide@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6930-5457>

Vitor Hugo Rocha de Vasconcelos – Universidade Federal da Paraíba (UFPB),

vitorgastronomia@yahoo.com.br, <https://orcid.org/0000-0001-6988-5001>

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Este trabalho objetiva analisar rótulos de chocolates brasileiros (1937-1945) compreendendo-os como documentos informacionais e patrimoniais que articulam representações textuais, imagéticas e simbólicas. Utilizando abordagem interdisciplinar, investiga-se como esses artefatos comunicam saberes técnicos, simbólicos e afetivos por meio de representações textuais, visuais e terminológicas. Esta pesquisa qualitativa aplicou métodos de análise de conteúdo e iconográfica sobre rótulos coletados em acervo particular. Fundamentado na Teoria Comunicativa da Terminologia, Representações da Informação e Imagética e na Diplomática Documental, evidencia-se a importância desses materiais para acervos digitais e a necessidade de políticas de preservação, revelando os rótulos como dispositivos de Memória social e identitária.

Palavras-chave: efêmeros alimentares; representação da Informação; memória social; terminologia; chocolate brasileiro.

Abstract: This paper aims to analyze Brazilian chocolate labels (1937-1945) by understanding them as informational and heritage documents that articulate textual, imagistic and symbolic representations. Using an interdisciplinary approach, it investigates how these artifacts communicate technical, symbolic and affective knowledge through textual, visual and terminological representations. This qualitative research applied methods of content and iconographic analysis to labels collected in private collections. Based on the Communicative Theory of Terminology, Representations of Information and Imagery and Documentary Diplomacy, it highlights the importance of these materials for digital collections and the need for preservation policies, revealing labels as devices of social Memory and identity.

Keywords: food ephemera; information representation; social memory; terminology; brazilian chocolate.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo, o chocolate passou por diversas transformações em sua forma de produção, composição e apresentação de consumo. Inicialmente consumido em sua

forma mais pura e artesanal, com aspectos ameríndios e religiosos. Hoje, o chocolate industrializado ganha espaço na sociedade a partir do avanço das técnicas de conservação, refinamento e armazenamento. Junto a essas transformações, as embalagens também evoluíram, deixando de ser meramente funcionais para se tornarem suportes de comunicação, memória e identidade.

A partir o século XX, observa-se uma intensificação das normativas sanitárias e das estratégias de *marketing* alimentar, o que interfere diretamente sobre os rótulos e produtos. Termos como “extra fino”, “fondant” e “finíssimo”, além da menção a laboratórios de controle de qualidade, surgem como respostas à uma demanda por confiabilidade, qualidade e segurança alimentar. Além disso, as Representações Imagéticas presentes nos rótulos evocam simbologias culturais e afetivas, estabelecendo uma ponte entre o produto e a experiência de consumo.

As embalagens de chocolates, especialmente seus rótulos, são assim compreendidos não apenas como instrumentos efêmeros de identificação comercial, mas como artefatos culturais e informacionais. Inseridos no campo da Memória social, os rótulos conservam marcas históricas das práticas alimentares, dos estilos gráficos e da linguagem da época. São também objetos de Representação da Informação, nos quais a linguagem visual e terminológica opera como mediação entre saberes técnicos, afetivos e sociais.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo geral analisar rótulos de chocolates fabricados no Brasil entre 1937 e 1945, compreendendo-os como documentos informacionais e patrimoniais que articulam representações textuais, imagéticas e simbólicas. Como objetivos específicos, propõe-se: (a) investigar os elementos visuais e terminológicos presentes nos rótulos; (b) analisar os rótulos como documentos efêmeros sob a ótica da Diplomática Documental; (c) discutir o papel dos rótulos na constituição da memória alimentar e na Representação da Informação em ambientes digitais.

Parte-se da seguinte questão de pesquisa: Como os rótulos de chocolates do século XX representam informações e memórias sociais a partir de seus elementos imagéticos e terminológicos? Para responder à ela, justifica-se na formação interdisciplinar destas autorias e em seu interesse pela documentação alimentar, numa interseção entre as Ciências da Informação e da Gastronomia, buscando resgate de elementos da cultura alimentar brasileira, por meio da valorização de memórias visuais pouco representadas em

acervos institucionais e relacionando-se à necessidade de amplificação da documentação efêmera como objeto legítimo de estudo informacional. Por fim, este estudo encontra-se na potencialidade de construção/ampliação de repositórios digitais patrimoniais que preservem tais documentos com base em metadados terminológicos e imagéticos.

2 MARCO TEÓRICO

A Ciência da Informação (CI), ao tratar da Representação e Organização do Conhecimento, oferece fundamentos essenciais para a análise de documentos visuais como os rótulos. Como contam Saldanha, Sales e Café (2020), a Representação da Informação vai além do registro textual, englobando elementos simbólicos, visuais e culturais.

A Representação Imagética, como propõem as autoras Lima e Silva (2001) e Vicente (2008), permite compreender os rótulos como documentos iconográficos com linguagem própria. Essa representação é mediada por signos visuais como cores, formas, tipografias e ilustrações que estruturam o discurso visual das embalagens. Já a Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT), proposta por Cabré (1993; 1995; 2005), auxilia na identificação dos termos especializados e de uso comum presentes nos rótulos. A TCT reconhece o contexto como elemento determinante para a significatividade dos termos, favorecendo uma leitura mais ampla da comunicação técnica alimentar.

A Diplomática Documental (Bellotto, 2002) oferece ferramentas para identificar a estrutura formal dos documentos efêmeros (Twyman, 2008). Rótulos, embora destinados ao consumo imediato, contêm dados de procedência, registros técnicos e elementos de autenticidade que os qualificam como documentos passíveis de representação em acervos informacionais. Do ponto de vista da Ciência Gastronômica (CG), considera-se a rotulagem como componente cultural da memória (Batista, 2008; Mancuso, 2018). As embalagens, então, documentam práticas, saberes e discursos que estruturam a experiência gustativa e social.

A história do chocolate antecede a invasão europeia no continente americano. Povos mesoamericanos como os Maias, Incas e Astecas já produziam-no como uma bebida amarga fermentada a partir das sementes do cacau com pimentas, utilizada em rituais religiosos e celebrações (Cavalcante, 2014). O cacau era considerado sagrado e vinculado à divindades pelas comunidades indígenas, porém com a chegada dos europeus, o produto foi apropriado

e levado ao continente invasor, onde passou por transformações significativas: adoçado e acrescido de leite e especiarias, removido sua picância e reconfigurado como produto elitista.

Durante os séculos XVII e XVIII, o chocolate se consolidou como um produto de consumo da aristocracia europeia. No século XIX, com os avanços tecnológicos e a Revolução Industrial, iniciou-se sua produção em escala industrial (Batista, 2008; Mancuso, 2018). Foram criadas as primeiras barras e bombons, e surgiram as primeiras marcas com identidade gráfica e rotulagem padronizada, resultando na massificação do produto no século XX. No Brasil, a indústria do chocolate também passou por esse processo, destacando-se marcas como Garoto, Lacta e Nestlé. Fundadas no século XX, essas fábricas se consolidaram como importantes expressões da cultura alimentar nacional e deixaram marcas significativas na memória popular.

2.1 Chocolate Garoto

A trajetória da empresa de chocolates Garoto iniciou em 1929, com o imigrante alemão Heinrich Meyerfreund, em 1934, que investiu a herança recebida em maquinários para a produção de chocolates, aproveitando o crescimento e demanda por esse produto além da proximidade com “regiões produtoras de cacau”. Dois anos depois, a empresa produtora de chocolates foi nomeada “H. Meyerfreund & Cia” na cidade de Vila Velha (Takeuchi, 2001). Ainda em 1934, foi lançado um dos produtos de maior sucesso da marca: as pastilhas de hortelã e em 1936 a companhia começou a produzir chocolates, conforme pode ser constatado/evidenciado em visita técnica à fábrica localizada em Vitória, Espírito Santo.

Em 1938, Gunther Zennig e sua esposa Barbara investiram na sociedade da Garoto, promovendo uma nova fase de expansão. Os produtos passaram a ter sua distribuição em âmbito nacional e, a partir de 1947, se modernizou com aquisição de equipamentos importados, aliando a política cambial do período, reinvestindo os lucros, o que foi necessário para o aprimoramento tecnológico da empresa. Na década de 1960, a Garoto cresceu, em 1962 tornou-se Chocolates Garoto S.A. com representantes nomeados em todo o Brasil. Após a morte de Zennig, continuou com uma estratégia de expansão, abriu depósitos e assim fortaleceu sua atuação no país. Durante o “milagre econômico”, focou na

produção de balas e chocolates, iniciando exportações em 1972 (Takeuchi, 2001). A Garoto, atualmente, é a maior fábrica de chocolates da América Latina, contando com uma linha centenária de produtos. Desde 2002, a empresa pertence à Nestlé.

2.2 Chocolate Lacta

Nascida na cidade de São Paulo como *Société Anonyme des Chocolats Suisse* de São Paulo, mas que se tornou conhecida com o nome de Lacta, é uma indústria pioneira na fabricação de chocolates em escala no Brasil e sua fundação ocorreu em 1912, sendo que, atualmente, é controlada pela Mondelēz International (Prado, 2012). No decorrer dos anos, a empresa introduziu no mercado produtos ícones irresistíveis da sociedade brasileira, como o primeiro chocolate crocante da marca, que foi lançado em 1932 e batizado simplesmente de Chocolate Lacta (Mundo das Marcas, 2006). Atualmente os produtos carregam uma nova identidade visual, que foram remodeladas e passaram a imprimir a cor azul, ícone de “Lacta”, inclusive nos icônicos tabletes de “Diamante Negro”, “Laka” e “Shot”. Além disso, como bem conta Prado (2012), as embalagens ganharam o selo de “Desde 1912 criando laços” para celebrar a herança centenária da marca que democratizou o consumo de chocolates no Brasil.

De acordo com o Blog Mundo das Marcas (2006) a marca “Lacta” foi registrada localmente em 1917, quando os chocolates começaram a ser produzidos no Brasil. Em 1932, surge o primeiro chocolate crocante apenas com o nome “Chocolate Lacta”, em 1938 o bombom de *wafer* com castanha de caju, “Sonho de Valsa” foi lançado. Nos anos 1980 e início de 1990, foram ampliando os produtos como bombons cremosos, tabletes, barras com frutas.

A Lacta foi comprada em 1996 pela Kraft Foods, que passou a investir em sua expansão. Nos anos 2000, a Lacta lançou tabletes com ingredientes mistos, incluindo passas, dentro de uma iniciativa de reformular sua linha de barras com novos sabores e embalagens com sistema abre-fecha (Prado, 2012). Por volta de 2008, a Lacta buscava destacar-se com sabores “premium” até então pouco comuns em barras no Brasil, como passas e avelãs. A Lacta mantém seu foco nos chocolates clássicos como “Sonho de Valsa”, “Diamante Negro”, “Laka”, “BIS” e, eventualmente, realizam lançamentos com recheios (Mundo das Marcas, 2006).

2.3 Chocolate Gardano

A Gardano (hoje Nestlé), tem sua história iniciada na Itália, quando Carlo Mario Gardano e Corina Anna Siletto se conheceram em uma pequena fábrica de chocolates, que posteriormente casaram-se na cidade de Turim em 1916. No mesmo ano, fugindo da Primeira Grande Guerra Mundial, vieram para o Brasil, com o intuito de permanecer aqui até o fim da guerra. Em 1918, abriram uma pequena bomboniere em Santos, no litoral paulista. Em 1921, Carlo e Corina abrem a Fábrica de Chocolates Gardano, no bairro paulistano da Mooca, tradicional reduto italiano em São Paulo. Os carros chefes da marca, com certeza foram o chocolate em pó Gardano e o tradicional Alpino. Em 2021, com o nome Nestlé, completou um século no Brasil, renovando seu “compromisso com a sociedade e com o meio ambiente”, e segue produzindo até os dias de hoje (Nestlé, 2025; Portal da Mooca, 2024).

3 PERCURSO METODOLÓGICO

Esta é uma pesquisa de abordagem qualitativa caracterizada por natureza aplicada auxiliada em objetivos descritivo-exploratórios e empregando procedimentos bibliográficos e documentais (Gerhardt; Silveira, 2009). Utilizou-se a Análise de Conteúdo (Bardin, 2016) e técnicas de análise visual e documental. O *corpus* é composto por rótulos oriundos de acervo particular de colecionador anônimo localizado em álbum fotográfico pessoal. Selecionaram-se efêmeros entre 1937 e 1945, em bom estado de preservação que foram digitalizados.

As etapas analíticas incluíram a organização dos dados, definição de categorias (visuais, terminológicas e diplomáticas), extração de unidades de análises, inferência e interpretação dos dados, com apoio de análise iconográfica. Resultou-se nas inferências e interpretações, que emergiram as seguintes categorias de análise: (a) funções e atributos dos rótulos; (b) representação de imagens e (c) representação simbólica e diplomática documental.

4 ANÁLISES E RESULTADOS

Cada rótulo aqui exposto é compreendido como um artefato informacional e simbólico que condensa histórias, estilos gráficos e práticas sociais relativas à produção e ao

consumo de chocolate. As embalagens analisadas pertencem às marcas Garoto, Lacta e a, atualmente, Nestlé, cujas histórias se entrelaçam com o desenvolvimento da indústria alimentícia e do *design* de produtos no país. Essas marcas, surgidas no século XX, assumem papel de destaque não apenas pela inovação tecnológica e logística que introduziram no setor, mas, também, pelo impacto visual e simbólico de suas embalagens na memória coletiva (Halbwachs, 1990).

A análise integra elementos visuais, textuais e materiais das embalagens, revelando seus funcionamentos como dispositivos de comunicação entre produção e consumo em um contexto histórico atravessado por transformações sociotécnicas, regulatórias e culturais. Este enfoque recai sobre a forma como a informação é representada graficamente e terminologicamente e como essas representações participam da constituição de identidades alimentares e de memórias afetivas. Discute-se os resultados com base nas imagens coletadas, destacando características formais, semânticas e estéticas dos rótulos e de suas implicações para a Representação da Informação e para a conservação da Memória patrimonial alimentar, como visto na Figura 1.

Figura 1 – Chocolate com passas (1937)



Fonte: Acervo de colecionador anônimo (2025).

Na Figura 1, nota-se que a frente da imagem apresenta um fundo em cor possivelmente branca ou bege, que envelheceu com o tempo impossibilitando a confirmação visual precisa da cor. Apesar da acidificação do papel pelo tempo, verifica-se no lado esquerdo um cacho de uvas roxas com folhas verdes, duas faixas nas cores dourada e vermelha, cada, que consta o nome *Garôto* (acentuado com a grafia da época), seguido das expressões *Nicea*, *Chocolate com passas*, *indústria brasileira*, *He. Meyerfreund & Cia*, *Vitória*

E. Santo, Análise D. N. S. P. n° 25.288. No verso, o papel apresenta-se totalmente ácido, com a embalagem espelhada e a escrita à mão com grafite expressando a data *14 de junho de 1937* e *Barão de* (o restante indecifrável).

No que concerne à fragilidade/acidificação do papel, Brandão (2022, p. 32) conta que diz respeito ao “seu estado de conservação”, sendo que mediante “diagnóstico” é possível identificar “diferentes patologias como amarelecimento e perda da resistência mecânica, indicativos de uma possível acidificação do suporte”. De um modo geral, “a acidificação do papel é provocada por um dos mecanismos de degradação de bens culturais em suporte papel: a hidrólise ácida” (Brandão, 2022, p. 32). Apesar disso, o rótulo apresentado na figura 1 encontra-se conservado e majoritariamente passível de leitura, conforme exposto acima.

Na Figura 2, é notável a modificação ocorrida na embalagem com o passar do tempo, de forma a ganhar cores mais vivas como o roxo, verde e vermelho, com o propósito de atingir outros públicos consumidores (Barros, 2018; Pereira, 2024).

Figura 2 – Passas (ano não identificado)



Fonte: Acervo de colecionador anônimo (2025).

A Figura 2 apresenta fundo amarelo envelhecido com cachos de uvas roxas e folhas verdes com a inscrição *Garoto e Passas*. O verso desta figura era composto por uma espécie de papel alumínio/laminado e sem data de registro visível, embora compreendido como sendo oriundo do mesmo período que os demais rótulos analisados, uma vez que este efêmero foi localizado junto com os demais aqui expostos. Esta imagem reforça a ideia de sofisticação e naturalidade, onde o termo "chocolate com passas" é visto como relevante na

TCT uma vez que agrega um conceito especializado (produto alimentício composto) com apelo afetivo e natural.

A respeito das “passas” encontradas nas marcas de chocolates brasileiros ou “passas de uva” como observa-se visualmente nas Figuras 1 e 2, destaca-se que esta é uma questão meramente terminológica onde ambas referem ao mesmo tipo de produto: as uvas secas (que forma desidratadas para intensificar o sabor). O termo mais generalista “Passas” (forma simplificada), bastante usado nos rótulos de embalagens, embora aplicado comumente à uva, porém, em alguns casos, pode se referir a passas de outros tipos de frutas, como maçã, damasco e ameixa, especialmente no Brasil, em virtude da variedade mais popular. Logo, fala-se “passas”, onde estão remetendo às passas de uva (nome completo). De todo modo, em ambas as figuras analisadas, as duas são passas de uvas secas! Essa adição de frutas, tanto pela Garoto quanto pela Lacta, é uma escolha popular e as empresas oferecem aos consumidores essa combinação tanto do sabor quanto da textura, contrastando no paladar o doce e a acidez.

Logo, o uso de passas de uva em chocolates é uma prática comum na indústria, pois elas são um ingrediente acessível, saboroso e que combina bem com o chocolate. A combinação destes com frutas secas é uma escolha clássica que agrada a muitos/as consumidores/as. Tanto a Garoto quanto a Lacta ofereciam barras de chocolate com passas de uva e outras variações, como o uso de oleaginosas (como amêndoas e castanhas de caju), para atender a diferentes preferências.

Assim como notado na Figura 1, a Figura 3 é visualizada com sua frente apresentando um fundo em cor possivelmente bege ou branca, que envelheceu devido o tempo e impossibilitando a confirmação visual precisa da cor devido acidificação do papel. A imagem é marcada pelo texto *Creme de fructas* (escrita da palavra à época) invertida na parte superior. Abaixo dela as expressões *Chocolate extra fino* na parte superior, *Lacta* no centro da embalagem e *com creme de fructas* na parte inferior da moldura que apresenta representações de morango, pera, abacaxi, maracujá e pêssego, da esquerda para a direita, respectivamente. Na parte inferior é visível a, provavelmente, razão social da fábrica (*Zanotta, Lorenzi & Cia - S. Paulo*), finalizando com as palavras *Limão (Phantasia)* (escrita da palavra na época). No verso do efêmero, que espelha a moldura na qual as frutas são expostas sobre ela e a marca do chocolate (Lacta), é notável a data de 2-7-[1]938 escrito à

mão por grafite e um possível endereço Caminho novo 1234 – podendo ser questionado se o local onde o chocolate foi consumido/presenteado ou a indicação de moradia da pessoa presenteada e/ou daquela que presenteou, demarcando a memória através da guarda afetiva do rótulo como memória palpável.

Figura 3 – Creme de fructas (1938)



Fonte: Acervo de colecionador anônimo (2025).

Na Figura 3 analisada, nota destaca-se a língua portuguesa e seu acordo ortográfico à época, onde o uso das consoantes “ph” em palavras de origem grega que eram comuns para representar o som da letra grega “phi” (φ), que se pronunciava como “f”. Essas Conclusões complementares do Acordo de 1931 – Segunda Parte (Brasil, 2014) citam:

regularização do emprego (eliminação ou conservação) de consoantes de outros grupos ou sequências: [...] ph do grupo ou sequência de origem grega phth; th da sequência de origem grega thm. A eliminação dessas consoantes dependerá de serem invariavelmente mudas; a sua conservação (ou substituição, como no caso de ph mudado em f [...] (Brasil, 2014, p. 68).

Na Figura 3, a Representação Imagética é vista como minimalista, favorecendo a leitura da marca como símbolo de modernidade. Ao mesmo tempo, expressão "extra fino" indica um termo de qualificação técnica da indústria chocolateira, inserido no vocabulário do consumidor. Em contrapartida, a Figura 4 é notada como um maximalismo informacional e gráfico.

Figura 4 – *Dessert fondant waffer* (1945)

Fonte: Acervo de colecionador anônimo (2025).

Verifica-se na Figura 4, um rótulo totalmente tipográfico apenas para identificação e informações dos produtos. Na parte superior frontal da embalagem é notado o nome espelhado da fábrica *Gardano & Cia Ltda.* e, abaixo, outras palavras que estão incompletas, mas deduzidas como *rua Ipanema*, com numeração impossibilitada de identificação e a abreviação de São Paulo, remetendo ao possível endereço da fábrica. O centro da imagem é marcado por letras maiores e registra o nome do chocolate *Dessert Fondant Waffer* (expressão de língua francesa que significa “sobremesa wafer de Fondant” na língua portuguesa) e escrito em português a expressão *Chocolate finíssimo* na parte inferior do efêmero. Em letras menores, em cor verde, situado abaixo da frase francesa, nota-se o registro no laboratório que certificava a qualidade do produto (*Approved pelo Laboratório Bromatológico D® Federal n° 13.829 – São Paulo n° 1330 e Peso base 100 gram.*). No verso, verifica-se a palavra *Sinhá* – provavelmente o apelido da pessoa presenteada com o doce ou da pessoa que presenteou –, com data registrada por grafite de forma manual *24 de julho de 1945* e a palavra *Aflictos* (escrita da palavra à época) – que é compreendido como a demarcação do território, provavelmente o local onde o chocolate foi consumido/presenteado.

A embalagem ainda é marcada pela presença da natureza, da mulher vestida com roupas épicas e motivos florais. Buscando um símbolo da “dama” ou “sinhá”, representada de forma delicada e não vestes, segurando uma sobrinha fechada com uma tipografia que se destaca em cores rosa e vermelha, de maneira literal relacionando-se o nome francês do produto ao estilo das vestimentas. Essa apropriação de estilos europeus, indica que a identidade gráfica ainda estava em processo de construção no Brasil.

É visível que, ao mesmo tempo, este rótulo é predominantemente textual com informações em tipografia serifada, destaca termos como “*fondant*”, “*waffer*” e “*finíssimo*”. O uso da expressão “laboratório bromatológico” remete à autoridade técnica. A imagem de uma mulher com sombrinha em trajes de época representa um ideal aristocrático, inserindo a embalagem na narrativa romântica do consumo.

A análise realizada permite observar que os rótulos funcionam como suportes de informação não apenas no aspecto legal e comercial, mas também no plano simbólico e cultural. A linguagem visual desses documentos expressa ideais de pureza, sofisticação, brasiliade e tradição, reforçando o consumo como uma experiência sensorial e afetiva mediada por signos. Ao mesmo tempo, a análise terminológica, ancorada na TCT (Cabré, 1993; 1995; 2005), evidencia a presença de termos especializados, adaptados ao público consumidor, como estratégia discursiva para transmitir valores de qualidade e autenticidade, aproximando o/a consumidor/a do produto através da ponte comunicacional expressa nos rótulos.

Ao mesmo tempo, destaca-se a ausência de mecanismos formais de preservação desses documentos efêmeros em acervos informacionais. Apesar de seu potencial para estudos interdisciplinares em Memória, Design, História e Ciência da Informação, os rótulos ainda são sub-representados em bases patrimoniais, o que compromete o acesso e a transmissão desses saberes gráficos e culturais. A Diplomática Documental (Bellotto, 2002), aplicada aqui de forma ampliada, mostrou-se como uma ferramenta viável para categorizar e analisar tais objetos, mas que requer o desenvolvimento de modelos descritivos mais flexíveis e sensíveis à diversidade de formatos e materiais. Por fim, observa-se que a Memória social ancorada nos rótulos de chocolates está diretamente relacionada aos processos de Representação da Informação que combinam texto, imagem e materialidade. Assim, este estudo busca reafirmar a necessidade de compreender a informação em sua dimensão cultural, material e afetiva, contribuindo para o fortalecimento de abordagens interdisciplinares entre a CI e a CG.

5 PONTUAÇÕES FINAIS

O presente estudo alcançou plenamente seus objetivos, ao analisar os rótulos de chocolates brasileiros comercializados entre 1937 a 1945 como documentos informacionais,

simbólicos e patrimoniais. Esta investigação permitiu compreender como esses efêmeros, por meio de suas linguagens visuais e terminológicas, operam como dispositivos de Representação da Informação e de Memória social, inseridos em contextos históricos, culturais e comerciais.

Responde-se à pergunta de pesquisa ao passo que demonstra que os elementos imagéticos (ilustrações, tipografias, cores, formas) e terminológicos (expressões técnicas e comerciais) presentes nos rótulos representam não apenas o produto em si, mas também valores sociais, práticas de consumo e memórias afetivo-coletivas.

As embalagens analisadas demonstraram que os rótulos comunicam muito além da composição do produto: evocam afetos, tradições e experiências multissensoriais. A escolha de ingredientes como passas e frutas secas não apenas impacta o paladar, mas também o repertório simbólico do consumo. Esses efêmeros, ao longo do tempo, refletem inovações tecnológicas, mudanças nos hábitos alimentares e estratégias de comunicação mercadológica, reiterando seu valor como documentos das Memórias social e cultural.

Esses rótulos, ao passo que configuram documentos, sintetizam linguagens técnicas, visuais e afetivas. Ao combinar elementos da CI com a CG, foi possível demonstrar que tais artefatos promovem não apenas a Representação da Informação, mas também a preservação das Memórias alimentar e social brasileiras. Assim, a articulação entre Representação Imagética, TCT e Diplomática Documental reforça o caráter legítimo das embalagens enquanto documentos passíveis de tratamento técnico em ambientes informacionais. Defende-se, portanto, sua inserção em repositórios patrimoniais digitais.

A integração das teorias abordadas se mostrou frutífera: a Representação da Informação e a Representação Imagética permitiram compreender a pluralidade de signos informacionais nos rótulos; a TCT revelou os sentidos técnicos e comerciais subjacentes às expressões utilizadas; e a Diplomática Documental contribuiu para a compreensão dos rótulos como documentos com estrutura formal passível de análise e descrição técnica.

Apesar dos avanços, a pesquisa enfrentou desafios metodológicos relevantes, especialmente no que se refere à escassez de acervos digitalizados, à fragilidade dos materiais consultados e à ausência de metadados estruturados para objetos efêmeros em catálogos institucionais. Isso dificultou a obtenção de uma amostra mais ampla e sistematizada. Essas limitações apontam à necessidade de novas investigações que possam

ampliar o *corpus* documental, comparar práticas rotulatórias entre países e explorar a relação entre rótulos, educação alimentar e políticas de memória.

Como desdobramento, propõe-se o desenvolvimento de um Tesauro da Rotulagem Alimentar Histórica Brasileira e a digitalização sistematizada de coleções de efêmeros alimentares para fins de ensino, pesquisa, memória e educação alimentar. Sugere-se, ainda, o desenvolvimento de um vocabulário controlado para rótulos históricos de alimentos, além de protótipos de repositórios digitais voltados à representação de documentos efêmeros alimentares.

Para além disso, levantam-se questões futuras de pesquisa, tais como: (1) Por que as passas, entre tantas frutas secas possíveis, foram escolhidas como ingredientes recorrentes nos chocolates brasileiros do início do século XX?; (2) Que fatores logísticos, simbólicos, nutricionais ou culturais favoreceram essa seleção?; (3) Existia uma cadeia produtiva nacional e/ou importadora/exportadora que estimulava seu uso industrial?; (4) O termo “passas” foi consolidado por tradição oral, por normativas comerciais ou por influência (inter)nacional?; (5) Existiram incentivos à indústria de doces ou de embalagens nesse período?; (6) O Estado interferiu (de forma (in)direta) em padrões alimentares através da regulamentação sanitária ou rotulagem?; (7) Quais memórias sensoriais e afetivas estão associadas às passas em chocolates na cultura alimentar brasileira?; (8) Como esse ingrediente foi representado na publicidade, na literatura culinária e na memória coletiva?; (9) A presença de passas está associada à classe social, festividades ou práticas religiosas?; (10) Houve resistência à padronização ortográfica nas embalagens comerciais?; e (11) Como as escolhas visuais e terminológicas de rótulos históricos dialogam com práticas atuais?.

Conclui-se, portanto, que o rótulo de chocolate é mais do que uma embalagem: é um documento cultural e informacional que traduz práticas e valores de uma sociedade em um determinado tempo. Compreendê-lo à luz da Ciência da Informação e da Ciência Gastronômica é um passo relevante para a valorização de memórias cotidianas e para o fortalecimento de abordagens interdisciplinares voltadas à preservação e ao acesso à informação em sua multiplicidade de formas.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo, Edições 70, 2016.

BARROS, Helena de. **Em busca da cor**: estratégias de linguagem gráfica de rótulos cromolitográficos do Arquivo Nacional e da Biblioteca Nacional (1876-1919). 2018. 292 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.esdi.uerj.br/assets/13312b59ccfed7c5651eb70a867a7df/bb47cc317e5d6b3c3479ed14c6f42228.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2025.

BATISTA, Ana Paula Sabbag Amaral. **Chocolate**: sua história e principais características. 2008, 56 f. Monografia (Especialização) Especialização em Gastronomia e Saúde, Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília. Brasília, 2008. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/338/1/2008_AnaPaulaSabbagAmaralBatista.pdf. Acesso em: 16 jul. 2025.

BELLOTTO, Heloísa Liberalli. **Como fazer análise diplomática e análise tipológica de documento de arquivo**. São Paulo: Arquivo do Estado/Imprensa Oficial, 2002.

BRANDÃO, Victoria Brito Coelho de Aragão. **Conservação e métodos alternativos**: nanotecnologia na desacidificação de bens culturais em suporte papel. 2022. 64 f. TCC (Graduação) – Curso de Museologia, Departamento de Antropologia e Museologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/45220/1/VICTORIA%20BRITO%20COELHO%20DE%20ARAG%C3%83O%20BRAND%C3%83O.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2025.

BRASIL. **Acordo ortográfico da língua portuguesa**: atos internacionais e normas correlatas. 2. ed. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2014. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/508145/000997415.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2025.

CABRÉ, María Teresa. La terminología hoy: concepciones, tendencias y aplicaciones: Propuestas para una organización de la terminología en España. In: CABRÉ, María Teresa. **La Terminología**: representación y comunicación: elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos. Barcelona: Institut Universitari De Lingüística Aplicada; Universitat Pompeu Fabra, 2005, p. 17-54.

CABRÉ, María Teresa. La terminología hoy: concepciones, tendencias y aplicaciones. **Ciência da Informação**, v. 24, n. 3, 1995. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/567/568>. Acesso em: 13 jul. 2025.

CABRÉ, María Teresa. **La terminología**: teoría, metodología, aplicaciones. Barcelona: Antártida; Empúries, 1993.

CAVALCANTE, Messias S. **Comida dos nativos do novo mundo**. Barueri, SP: Sá, 2014.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Orgs.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2025.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

LIMA, Cláudia Albuquerque de; SILVA, Nerivanha Maria Bezerra da. **Representações em imagens equivalentes**. 2001, 15f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2001. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/lima-claudia-imagens-equivalentes.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2025.

MANCUSO, Maria Inês Rauter. Sabores migrantes na formação do Estado de São Paulo. **Cordis: deslocamentos humanos: Cultura, decisões e conflitos**, [s.l.], n. 20, p. 180-205, jan./jun. 2018. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/cordis/article/view/46336/30693>. Acesso em: 20 jul. 2025.

MUNDO DAS MARCAS. **Lacta**. Publicado em: 18 jul. 2006. Atualizado em: 26 nov. 2022. Disponível em: <https://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/07/lacta-pscoa-lacta.html>. Acesso em: 21 jul. 2025.

NESTLÉ. **Conheça nossa história**. 2025. Disponível em: <https://www.nestle.com.br/anestle/historia>. Acesso em: 27 jul. 2025.

PEREIRA, Carla. **Design de embalagens**: cores e linguagem visual no século XX [livro eletrônico]. Campina Grande: EDUFCG, 2024. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/ispui/bitstream/riufcg/35176/1/DESIGN%20DE%20EMBALAGENS%20-%20E-BOOK%20EDUFCG%202024.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2025.

PORTAL DA MOOCA. **Funcionários da antiga Fábrica de Chocolates Gardano [...]**. Publicado em: 20 mar. 2024. Disponível em: <https://www.facebook.com/portaldamooca>. Acesso em: 25 jul. 2025.

PRADO, Ricardo. **100 anos de Lacta**. Novo Hamburgo: Grifo, 2012.

SALDANHA, Gustavo Silva; SALES, Rodrigo de; CAFÉ, Ligia Maria Arruda. Reflexões sobre os conceitos de Tratamento da Informação e de Organização da Informação. In: SIMÕES, Maria Graças; LIMA, Gercina Ângela de (Orgs.). **Do Tratamento à Organização da Informação: reflexões sobre concepções, perspectivas e tendências**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2020. Disponível em: <https://monographs.uc.pt/iuc/catalog/view/121/297/476-1>. Acesso em: 28 jun. 2025.

TAKEUCHI, Aleta Regina Scardua Pereira. **Estratégias de Internacionalização de Indústria de Alimentos: o Caso da Chocolates Garoto**. 2001. 167 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2001. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUBD-99JG9U/1/disserta_o aleta regina scardua pereira takeuchi.pdf. Acesso em: 28 jun. 2025.

TWYMAN, Michael. The Long-Term Significance of Printed Ephemera. **RBM: A Journal of Rare Books, Manuscripts, and Cultural Heritage**, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 19-57. 2008. Disponível

em: <https://rbm.acrl.org/index.php/rbm/article/download/294/294>. Acesso em: 16 jul. 2025.

VICENTE, Tânia Aparecida de Souza. Metodologia de análise de imagens. **Revista Contracampo**, Niterói, Rio de Janeiro, v. 12, p. 147-158, nov. 2008. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17306>. Acesso: 08 jul. 2025.