



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO
BÁRBARA ANDRADE DE SOUSA RA 2029326-8

GASTRONOMIA E CINEMA

OLHARES ACERCA DAS RELAÇÕES ORIGINADAS PELA GASTRONOMIA EM
CONTEXTOS CINEMATOGRAFICOS

Brasília, Maio de 2006.

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

BÁRBARA ANDRADE DE SOUSA

GASTRONOMIA E CINEMA

OLHARES ACERCA DAS RELAÇÕES ORIGINADAS PELA GASTRONOMIA EM
CONTEXTOS CINEMATOGRAFICOS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário de Brasília como requisito parcial para a conclusão do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof MSc Marco Antônio Ramos Vieira

Brasília, Maio de 2006.

BÁRBARA ANDRADE DE SOUSA

GASTRONOMIA E CINEMA

OLHARES ACERCA DAS RELAÇÕES ORIGINADAS PELA GASTRONOMIA EM
CONTEXTOS CINEMATOGRAFICOS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário de Brasília como requisito parcial para a conclusão do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof MSc Marco Antônio Ramos Vieira

Aprovado em 08 de junho de 2006.

BANCA EXAMINADORA

Orientador Professor Mestre Marco Antônio Ramos Vieira

Prof.

Prof.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, Marco Antônio, por conduzir este trabalho de maneira criativa e sempre tranqüila na medida certa. Aos amigos que fiz na faculdade e que me ajudaram em diversas problemáticas encontradas no caminho. E aos grandes Chef's que se dedicam à criação de pratos belos, saborosos e requintados. Sem eles não existiria a gastronomia.

“Podemos assinalar que quem compareceu a um banquete suntuoso, numa sala ornada de espelhos, flores, pinturas, esculturas aromatizada de perfumes, enriquecida de belas mulheres, repleta de sons de uma suave harmonia; este, afirmamos, não precisará de um grande esforço de inteligência para se convencer de que todas as ciências foram chamadas para realçar e enquadrar adequadamente os prazeres do gosto.”

Brillat-Savarian, um dos primeiros filósofos a se dedicar, como ele mesmo intitulou seu livro, à Fisiologia do Gosto.

RESUMO

O cinema, originado na França, obra dos irmãos Lumière, é conhecido mundialmente como sendo a sétima arte. A gastronomia não tem um único país que originou e a espalhou, levando em conta que as primeiras descobertas do homem em relação a manutenção de alimentos aconteceu ainda na época das cavernas, mas é sabido que também na França ela encontra suas raízes determinantes, criativas e tradicionais. Já o pai da psicanálise era Freud, alemão que elucidou milhares de questões acerca o inconsciente e o subconsciente. Nesse trabalho será discutida a relação que se pode obter ao analisar de forma psicanalítica as relações que a gastronomia cria, modifica, embala, em dois filmes escolhidos: *Chocolate*. Miramax. 2000. 122min e *O Cozinheiro, O Ladrão, Sua Mulher e O Amante*. Allarts-Erato Films. 1989. 124min.

Palavras-chave:

CINEMA. GASTRONOMIA. PSICANÁLISE.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. METODOLOGIA	10
3. REVISÃO DE LITERATURA	11
1. Origem da gastronomia	11
1. Gastronomia, glamour e classe social	13
2. Comida, nutrição e canibalismo	18
2. Cinema e o olhar psicanalítico do telespectador	19
1. Noções de técnicas fílmicas	19
2. Representações narrativas	20
3. Linguagem Cinematográfica	20
4. Olhar psicanalítico	22
5. Olhar do espectador	24
4. ANÁLISE DOS FILMES SELECIONADOS	25
3. Critérios Para Análise Fílmica	25
4. Enredo do filme <i>Chocolate</i>	25
5. Análise do filme <i>Chocolate</i>	27
6. Enredo do filme <i>O Cozinheiro, O Ladrão, Sua Mulher e Seu Amante</i>	29
7. Análise do filme <i>O Cozinheiro, O Ladrão, Sua Mulher e Seu Amante</i>	30
5. CONCLUSÃO	33
6. REFERÊNCIAS	35
7. BIBLIOGRAFIA	37

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é analisar em dois filmes específicos, como a gastronomia influencia o decorrer do enredo fílmico.

Para tal análise foi antes feito um breve histórico do contato inicial do homem primitivo com a comida, até chegar ao que hoje é denominado gastronomia.

Gastronomia e sofisticação estão intimamente relacionadas. No mundo todo a figura de Chef's ganha status e os restaurantes viram palco de troca simbólica, de imposição do seu lugar no palco das vaidades social. Logo, seria impossível analisar a relação gastronômica com o homem moderno sem comparar este mercado em crescimento com o antigo mundo da moda. Glamour, luxo, imagem e requinte são características comuns a ambos.

Após definir e explicar o mercado gastronômico, parte-se para uma explicação de noções fílmicas e em busca de bases teóricas psicanalíticas para o melhor entendimento dos filmes.

Ao assistir um filme o espectador é levado para dentro da narrativa, perde a noção do tempo real e se prende na história que naquele momento é o que de mais real está acontecendo. Os cineastas trabalham em cima da melhor forma de manter essa impressão de realidade, até o modo de filmar influi na impressão do espectador. Em um filme tudo é permeado de diversos significados possíveis. Uma arma nunca é apenas uma arma, se lhe dão um close o público já sabe que há algo o que esperar do objeto. Uma cena decisiva.

A parte psicanalítica foi baseada na diferença entre o olhar e o ver, que a maioria das pessoas pensam ser a mesma coisa. Uma determinada pessoa cuja bem estar fisiológico permite, vê qualquer coisa, mas olha apenas aquilo que mais lhe chama atenção, aquilo com o qual ela se identifica de alguma forma: as chamadas imagens pregnantes. Qualquer individuo só vai realmente olhar aquilo que lhe interessa plenamente, lhe chama atenção, com o que ele intimamente se identifica.

Com a parte teórica terminada, o último passo foi a análise dos filmes. O primeiro, *Chocolate*, é um conto, uma história simples, mas repleta de relacionamentos problemáticos entre os moradores de uma pequena cidade que acabam sendo resolvidos quando uma Chocolataria é inaugurada na cidade. O desejo que a população tem pelo

chocolate vai modificar toda a estrutura existente na cidade. As metáforas proporcionadas pelo sabor único do chocolate são responsáveis por todo o filme. O segundo filme chama-se *O Cozinheiro, O Ladrão, Sua Mulher e Seu Amante* e é riquíssimo em intertextualidade. O diretor Peter Greenway promove uma luxúria estética com cores e roupas vibrantes, em uma trama com personagens fortes, carregada de elementos signícos.

A análise realizada mostra que em ambos os filmes a presença da gastronomia é de suma importância para o desenvolver do roteiro, podendo até ser considerada um personagem principal nas tramas.

METODOLOGIA

A análise dos filmes, ponto principal do trabalho, foi baseado na teoria descrita na revisão de literatura, além de percepções particulares do tema. Esta foi a metodologia adotada.

3. REVISÃO DE LITERATURA

3.1. Origem da gastronomia

O homem primitivo, assim que deixou de caminhar como um quadrúpede percebeu que suas mãos estavam livres para exercer quaisquer atividades como buscar uma fruta no alto de árvores. Assim, primeiramente a alimentação humana era exclusivamente vegetariana.¹

Com o passar dos anos, o homem descobriu a caça. Desenvolveu armas e se reunia em grupos para pegar a presa. Foi assim que a fala começou a se desenvolver, uma vez que os caçadores precisavam estabelecer sinais para em conjunto conseguir capturar os animais, principalmente os maiores. Ele caçava para se alimentar, mas desconhecia os métodos de preservação prolongada de alimentos, como frio e calor. Para não perder a caça, ele se via obrigado a reunir várias famílias para que toda a carne fosse consumida de uma só vez e assim não houvesse desperdício. Pode-se dizer que vem daí a tradição de comer reunido. A hospitalidade também é resultado deste hábito. Quando os homens começaram a se espalhar pelo globo, os aventureiros cansados após um dia longo de viagem, pediam abrigo e comida para aos moradores das cidades, e acabavam por contar o que via pelos lugares viajados.

O homem aprendeu a cultivar terras, e depois com o fogo descobriu que os alimentos podiam ser cozidos, o que traria outro sabor e permitiria a conservação dos mesmos. Com essas descobertas, o homem poderia armazenar alimentos e colheitas, sobrando mais tempo para o desenvolvimento do tecnológico e do cultural. As sociedades se formaram primordialmente ao redor dos campos de cereais, e quando os nativos queriam se mudar e originar outras comunidades, a principal preocupação era se tinha solo para o plantio e rios próximos.²

O seguinte passo importante na história da comida foi a domesticação do fogo com conseqüente descoberta de novos sabores e criação de técnicas de conservação de alimentos, ocorrido na era pré-histórica. Essa descoberta acrescida do aprendizado de cultivo de terras traz ao homem a possibilidade de armazenar alimentos e colheitas, sobrando mais tempo para o desenvolvimento do tecnológico e do cultural. Um importante desenvolvimento tecnológico surgido no momento em que os homens se ligaram

definitivamente ao solo, fixando residência, foram utensílios de cerâmicas. Esses utensílios propiciaram grandes avanços na cozinha. Além da conservação e armazenamento da comida, possibilitou ao homem ferver alimentos além de cozinhá-los e condimentá-los com ervas aromáticas para extrair mais sabor.³

O antigo império Grego foi responsável por hábitos em torno da alimentação que até hoje são seguidos no mundo, e em suas guerras de conquistas territoriais com Roma, desenvolveu a cozinha de ambas as culturas.

É sabido que nas guerras por conquistas de território, os Gregos da antiguidade faziam os cidadãos vencidos de escravos. Alguns desses escravos eram alocados para trabalhar nas cozinhas. Naquela época a classe aristocrática rica associou a arte de comer à arte de receber, criando um refinamento da cozinha. Os escravos cozinheiros tinham uma posição de destaque em relação aos outros, já que se emprestava um enorme valor às refeições.⁴

Roma, por sua vez, recebeu influências vindas da Grécia durante as guerras de conquistas, mas o maior progresso da cozinha romana veio da conquista da Sicília, que tinha os melhores cozinheiros descendentes dos gregos. Assim, a cozinha romana acabou por ultrapassar a grega, mas traz consigo semelhanças em relação a refeições e hospitalidade à mesa.

Com a conquista de terras, os romanos assim como os gregos traziam escravos que iam trabalhar, entre outros lugares, também na cozinha. À medida que o território romano aumentava, crescia também sua riqueza e as extravagâncias à mesa, originando os famosos banquetes romanos. É dessa época o imperador Heliogábalo que tinha verdadeira obsessão por novidades, orientando cozinheiros a irem em busca de sensações gastronômicas inéditas. Ele queria o surrealismo culinário.⁵

A figura do Chef de Cuisine aparece justamente nesses banquetes. Os cozinheiros eram reconhecidos em Roma como pessoas importantes com altos salários. Ter um desses cozinheiros era ascensão social, o que é um exemplo antigo de que a detenção de recursos alimentícios é um diferenciador social.⁶

A idade moderna, época dos feudos, escravos e do enorme poder, riqueza e influencia que a Igreja detinha, está permeada de acontecimentos importantes para o mundo gastronômico.⁷

Os mosteiros medievais eram centros de cultura criados pelas Igrejas. Os monges herdaram o conhecimento da cozinha romana e tiveram um papel de destaque no

desenvolvimento da arte na cozinha e da transmissão da tradição culinária para os povos do ocidente. Eles simplificaram a preparação dos alimentos e enriqueceram a qualidade dos produtos. A cozinha estava preocupada com o luxo, importava mais a apresentação dos pratos do que sua preparação.⁸

É importante ressaltar que nesse período, a busca por temperos e ingredientes de suma importância para o metabolismo humano e também encarregados de conservar alimentos, movimentou a história mundial no que tange descobertas de grandes navegações e guerras. O sal e as especiarias são um grande exemplo desse comportamento.⁹

O sal é essencial para o bom funcionamento dos metabolismos e conseqüentemente para manter a vida, além de servir como agente de preservação de alimentos, matando bactérias e evitando decomposição. Em certas localidades geográficas não é possível encontrar sal, e suas populações têm de importá-lo assim que ultrapassam certo limite. Algumas conseqüências históricas relacionadas foram a construção de monarquias medievais a partir dos impostos de sal e o sustento do comércio medieval de ouro graças a falta de sal no mercado da África Ocidental.¹⁰

Já as especiarias, cujos principais representantes eram: pimenta, noz-moscada, canela e macis; eram trocados em quantidades pequenas, mas seus mercadores tinham enormes margens de lucros, fazendo assim com que esses produtos adquirissem uma importância desproporcional no mercado. Diferente do sal que não tem função de modificar sabores e sim intensificá-lo, as especiarias foram responsáveis pela criação de novas culturas alimentares nas áreas do globo que as comercializaram. Seu preço excessivo se deve ao fato de ser uma produção especializada e regionalizada.¹¹

Uma cozinha repleta de especiarias era denominador de status social. Em algumas casas essas iguarias eram servidas em bandejas especiais de ouro ou prata com pedras preciosas e guardadas em armários fechados a chave.

3.1.4. Gastronomia, glamour e classe social

A relação da sociedade com a comida, como citado anteriormente, sempre será uma forma clara de se estabelecer classes sociais. No livro *Comida: Uma História*, o autor dedica um capítulo inteiro para falar da ascensão e decadência de algumas comidas em relação às diversas classes sociais. Ele abre o capítulo afirmando que:

“Mais comumente, as diferenças de classe começam com as cruezas da economia básica. As pessoas comem a melhor comida que podem comprar com o dinheiro que têm. Com isso, a comida preferida pelos ricos passa a ser um significador de aspirações sociais, pretensões ou afetações.” (FERNÁNDEZ-ARRESTO, 2001, P. 189)

Atualmente, além do tipo de alimento que é consumido, a forma como ele é preparado também serve como diferenciador social. É importante ressaltar que as comidas mudam constantemente de lugar na hierarquia de aceitação social. Essas mudanças podem ser ocasionadas por meros mecanismos de moda ou pela disponibilidade dos alimentos em determinada época e local.

Um exemplo das mudanças de importância do valor social dos alimentos massa, que hoje é tida como alimento universal. No ano de 1600 em Roma, o *vermicelli* custava três vezes mais que o pão. A queda da massa para a categoria universal ocorreu em Nápoles, no século XVIII, em consequência de uma invenção tecnológica: a máquina de amassar e a compressão mecânica.¹²

Outro fator que dita a importância de certos alimentos são mecanismos de moda, onde celebridades, valor de novidades e oscilações acabam determinando aquilo que é chique. A gastronomia se tornou um mercado de luxo e glamour nas principais capitais do mundo, e o Chef de Cuisine, que por muito tempo não teve seu mérito reconhecido, atualmente é um dos profissionais mais bem pagos do mercado.

O Chef americano Anthony Bourdain, em seu livro *Cozinha Confidencial* revela em detalhes como funciona o mundo dos grandes restaurantes. No trecho do livro abaixo, ele deixa bem claro o glamour que as cozinhas atualmente despertam:

“Tom era famoso em seu amplo círculo pelo bolo de carne e pelo pudim de milho com pimenta jalapeño; Fred pelo pão de endro e geléia de jalapeño. Embora bolo de carne estivesse hierarquicamente um tanto aquém daquilo que eu gostaria de ver incluído num cardápio, não me desgostou continuar com estes tão queridos carros-chefes. O bolo de carne recebera vários comentários de colunistas de fofocas muito conhecidos e, nos primeiros meses, limusines e mais limusines de gente famosa fizeram fila na porta do Tom H. para experimentar o quitute: John e Angélica Houston, Liv Ullman, José Quintero, Glenda Jackson, Chita Rivera, Lauren Bacall são alguns que me vêm à mente.” (BOURDAIN, 2001, P. 163)

A semelhança entre o mercado gastronômico e o de alta costura remonta a tempos bastante antigos. O principal e mais ilustrador exemplo é o do costureiro, que antes era visto apenas como um artesão obscuro e hoje tem seu trabalho reconhecido como o de um criador sublime, cujo sucesso atinge todo o globo. O mesmo acontece com os Chef's,

antes eram meros funcionários e atualmente são estrelas internacionalmente conhecidos.

Ainda explorando as características em comum, assim como a moda, a gastronomia carrega atualmente uma assinatura e conseqüentemente, um status econômico baseado em representações sociais. O simples ato de sair para jantar está carregado de significações sociais, como ficar ou não na lista de espera: quem passa direto é inevitavelmente notado e tido como influente. A comida não serve apenas para nutrir e saciar as necessidades fisiológicas: ela nutre espírito e alma. Cada Chef imprime em seus pratos uma determinada assinatura, uma marca e as pessoas pagam por ela, assim como pagam por uma roupa Armani. São ritos sociais representados por trocas simbólicas.

O produto de luxo então é personalizado com assinaturas únicas e intransferíveis, trazendo consigo o nome de seu criador. O luxo não está apenas no material que constitui o produto, mas no nome das grandes casas, prestígio da grife, na magia da marca. É sempre elemento de diferenciação social. Ainda está muito presente o esnobismo, o desejo de parecer rico, o gosto de brilhar e a busca dessa distinção social através dos signos demonstrativos. ¹³

Para todos os objetivos de consumo de massa é de suma importância o design, o estilismo, o charme na aparência. Essa preocupação está presente nas apresentações dos pratos pelos grandes restaurantes. O que começa na forma do prato, que agora pode ser retangular, até o a maneira delicadamente estudada pela qual a comida é organizada, cujo objetivo é seduzir o cliente. A apresentação, a harmonia e a elegância das formas são primordialmente o que atraem. Atualmente essa regra não se aplica apenas ao mercado da moda, ela se torna uma estrutura construtiva da produção industrial de massa. O gosto é sempre contemporâneo, voltado para a qualidade e/ou a confiabilidade, e o sucesso dos produtos dependem em grande parte de seu design, de sua apresentação, sua embalagem e acondicionamento.

A cultura contemporânea do luxo é reordenada pelos processos de individualização, emocionalização e democratização. Atualmente existe um culto pela marca e pelos bens raros. Ainda está muito presente o esnobismo, o desejo de parecer rico, o gosto de brilhar e a busca dessa distinção social através dos signos demonstrativos. ¹⁴

Tal sociedade de consumo pode ser caracterizada por diversos traços, tais como: culto dos objetos e dos lazeres, abundância das mercadorias e dos serviços, elevação do nível de vida e etc... Essa sociedade reordena a produção e o consumo de massa sob a lei da obsolescência, da sedução e da diversificação. Rege essas sociedades a lógica da renovação precipitada, iniciativa e independência do fabricante na elaboração das

mercadorias e o desuso acelerado. A opinião dos consumidores é que o novo é e sempre será superior ao antigo. O que os consumidores procuram nos objetos não são atributos meramente utilitários, ou fisiológicos no caso da gastronomia, são lúdicos. O que atrai são os jogos de mecanismos, manipulações e performances. ¹⁵

Existe uma vertente da dinâmica pós-moderna que defende o individualismo, a não preocupação com outrem. Por outro lado há aquela que estimula as pessoas a comparar - sem com os outros, buscando uma particularidade no “mais”, construindo uma imagem positiva de si para si. Essa vertente narcisista é a que interessa. Além de chamar a atenção dos outros, os indivíduos querem se orgulhar, se deleitar consigo mesmos. A publicidade colabora com um consumo voltado para a satisfação pessoal, e não à busca da diferenciação social, ao enfatizar mais as qualidades dos objetos, o sonho e as sensações que ele proporciona. O luxo significa promover uma imagem de classe. ¹⁶

Esse neo-individualismo imperante obriga novas formas de consumo dispendioso que se baseiam bem mais do regime das emoções e das sensações pessoais. A comida simboliza essa aspiração do indivíduo. Cada prato degustado é uma experiência sensorial única, intransferível, levando em conta o dado básico de que cada língua tem um número próprio de papilas gustativas e que cada alimento tem um sabor próprio (uma pêra nunca terá o mesmo gosto que outra), fazendo com que cada pessoa sinta o gosto de uma maneira diferente. Tal ritual vai gerar uma determinada emoção no conviva, que também dependerá das pessoas presentes no ambiente escolhido. O luxo é isso, um teatro das aparências, ele está a serviço do indivíduo privado e de suas sensações subjetivas. O luxo é para si.

Praticamente ninguém na sociedade dominada pela cultura consumista vive tendo como objetivo o estritamente necessário. Com o crescimento do consumo, do lazer e do bem estar o supérfluo tornou-se uma aspiração. ¹⁷

Tal busca pelo luxo não é apenas um privilégio das classes mais ricas. Existem luxos ditos “intermediários” ou “acessíveis” e aos indivíduos impera um sentimento de direito democrático à felicidade. Esses consumidores ocasionais não visam exibir uma imagem de posição social superior, eles brincam de ser ricos apenas por um momento, quando por exemplo, no teatro social de vaidades, ele senta uma única vez à mesa do a.Z – Zuu – d.Z (restaurante localizado em Brasília e pertencente à Chef também dona do premiado Universal, Mara Alkamin) e transcende a linha que o separa de uma classe social economicamente superior e reveste-se de novas aparências.

Um objeto ou serviço nunca é consumido apenas por ele mesmo ou pelo seu valor

de uso, mas sempre em razão do seu “valor de troca de signo”. Produtos sempre vão conferir ao consumidor prestígio, status e posição social. Assim, a sociedade de consumo é um imenso processo de produção de “valores signos” que como tais posições, reinscreve diferenças sociais em uma era regida pelo igualitário, onde inexistem as hierarquias de nascimento. ¹⁸

Os objetos de consumo se tornam significantes e discriminantes sociais, e funcionam como signos de mobilidade e aspiração social. Na SQS 402 existe a chamada Rua dos Restaurantes, próximo ao Setor de Autarquias Sul. Nessa rua os restaurantes variam desde self-service até o famoso e renomado Piantela. Almoçar no Piantela simboliza status social, graças ao nome de prestígio do restaurante. Qualquer pessoa em Brasília consegue fazer tal distinção.

Toda cultura mass-midiática é comandada pela lei da renovação acelerada, do sucesso efêmero, da sedução, da diferenciação marginal. O consumo é completamente instável, marcado pela inconstância e imprevisibilidade dos gostos. Grandes restaurantes adotam em alguns dias de semana o menu *confiance*, no qual o Chef cada dia vai montar um cardápio diferente, desde a entrada até a sobremesa é ele quem escolhe, não o cliente: garantia de novidade toda semana.

A cultura de massa é uma cultura de consumo voltada para o prazer imediato e a recreação do espírito. O presente é o momento que mais importa graças a três motivos básicos. Sua finalidade reside no prazer imediato: trata-se de divertir, elevar o espírito ou atribuir valores superiores. Para a indústria cultural o presente histórico é o que importa, e finalmente, é uma cultura sem rastro, feita para existir no presente vivo. ¹⁹

Essa cultura encontra-se imersa na moda e gravita em torno de fuguras de charme com sucessos que impulsionam adoração, admiração e paixão extrema: estrelas e ídolos. No mercado gastronômico de luxo, Chefs se tornam nacionalmente ou mundialmente famosos pelos serviços que fazem. Alguns apresentam programas em emissoras de tv.

O inglês Jamie Oliver ensina na tv como cozinhar sem complicações e lançou pelo menos dois livros com receitas. Seu restaurante é mundialmente famoso. O brasileiro Alex Atala também apresenta um programa diário na tv paga ensinando a montar pratos servidos em seu restaurante, chamado *D.O.M.* Um dos nomes de peso que podem ser incluídos na lista internacional é o do catalão Ferran Adrià com sua cozinha experimental que abre as portas do seu restaurante apenas alguns meses por ano, nos outros faz experimentos com comida em um laboratório específico para tais testes. Além dele, o

norte-americano Daniel Boulud, chef do DB Bistro Moderne (uma lanchonete de grife) em Nova York, cujos sanduíches apresentam em sua receita a rara trufa negra.

O que caracteriza essas estrelas difere das qualidades que endeusam astros e estrelas de cinema. Eles não são estrelas de massa, apenas interessados por gastronomia saberão lhes dar o devido valor. O sucesso não depende de beleza ou charme, mas sim de competência, criatividade e estudo.

3.1.5. Comida, nutrição e canibalismo

Este sub-capítulo é todo baseado na leitura do livro *Comida: Uma História* de FERNÁNDEZ-ARMESTO, Felipe.

A conquista européia de lugares nunca antes navegados foi acompanhada de relatos sobre práticas canibais. Evidências arqueológicas mostraram que ossos humanos quebrados para a retirada de medulas aparentemente estão sob as pedras das mais diversas civilizações.

O canibalismo pode apresentar no mínimo três vertentes: saciar a fome, adquirir características do corpo devorado e fins patológicos.

Existem práticas canibais realizados por determinados grupos simplesmente para matar a fome. Além desses grupos na história da humanidade são conhecidos relatos de pessoas ilhadas de alguma maneira, seja acidente de avião ou navio, que para não morrer de fome foram obrigadas a comer a carne de humanos já mortos.

A segunda vertente citada acredita que o canibalismo é uma forma de autodesenvolvimento. Ao se alimentar da carne de um exímio caçador, o comensal acredita trazer para si as características da presa. Eles substituem nutrição por valor simbólico, à comida passa a ter significado. Hoje em dia essa prática é muito comum. As pessoas comem acreditando que a comida é saudável, ou ajudará em alguma doença, trará ímpeto sexual, tranquilidade. Tais práticas se enquadram na mesma categoria dos canibais.

O trecho abaixo, tirado do livro *Comida: Uma história* relata perfeitamente bem a relação das sociedades modernas com os alimentos que escolhem para suas dietas:

“ ... não existe hoje uma só sociedade que coma apenas para viver. Em todo o mundo, comer é um ato culturalmente transformador – às vezes de uma forma mágica. O ato de comer possui sua própria alquimia; ele transforma indivíduos em

sociedade e doença em saúde... Uma mudança tão revolucionária quanto qualquer outra na história de nossa espécie ocorreu quando o ato de comer deixou de ser meramente prático e passou também a ser um ritual.” (FERNÁNDEZ-ARMESTO, 2001, P. 59)

E por último os casos patológicos. Alguns indivíduos obtêm excitação sexual ingerindo carne humana, e outros que obtêm prazer intelectual ao transgredir as regras impostas pela sociedade. Jeffrey Dahmer em Milwaukee, foi um serial killer que matava apenas homens, jovens ou adultos e ainda tinha em sua geladeira partes de corpo humano quando a polícia o localizou em casa.

3.2. Cinema e o olhar psicanalítico do telespectador

3.2.1. Noções de técnicas filmicas

Este sub-capítulo foi todo baseado no livro *A Estética do Filme*, do autor AUMONT, Jacques.

Ao pensar em produzir um filme, o cineasta tem como uma de suas primeiras orientações o tamanho da tela retangular que o quadro delimita, na qual o filme será rodado. Os espectadores reagem diante dessa imagem plana como se vissem de fato uma porção de espaço de três dimensões análogo ao espaço real no qual vivemos. Essa analogia é vivenciada com muita força e provoca uma “impressão de realidade” específica do cinema, que se manifesta principalmente na ilusão de movimento e de profundidade.

Reagimos diante da imagem fílmica como diante da representação muito realista de um espaço imaginário. Como a imagem é limitada em sua extensão pelo quadro, parece que estamos captando apenas uma porção desse espaço. A essa porção de espaço imaginário que está contida dentro do quadro dá-se o nome de *campo*.

A impressão de analogia com o espaço real produzido pela imagem fílmica é, portanto, poderosa o suficiente para chegar normalmente a fazer esquecer não apenas o achatamento da imagem, mas, por exemplo, quando se trata de um filme preto e branco, a ausência de cores, ou a ausência de som se o filme for mudo.

A cena fílmica não se define unicamente por traços visuais. O som também age na definição desse espaço. A homogeneidade sonora é um dos grandes fatores de unificação do espaço fílmico por inteiro.

Uma técnica bastante utilizada que faz aumentar a impressão de real é a

perspectiva. Ela é tida como “arte de representar os objetos em uma superfície plana de modo a que essa representação seja semelhante à percepção visual que se pode ter desses mesmos objetos.” As artes representativas baseiam-se em uma ilusão parcial, que permite aceitar a diferença entre a visão do real e de sua representação. A nitidez da imagem também desempenha um importante papel na ilusão de profundidade.

Generalizando um pouco, os cineastas se dividem basicamente em duas vertentes, cada uma delas relacionadas a duas atitudes principais a propósito da representação fílmica. Existem os que acreditam na imagem e os que acreditam na realidade, ou seja, os que fazem da representação um fim em si e os que a subordinam à restituição o mais fiel possível de uma suposta verdade, ou de uma essência do real.

3.2.2. Representações narrativas

Este sub-capítulo foi todo baseado no livro *A Estética do Filme*, do autor AUMONT, Jacques.

Um objeto na tela deixa de ser meramente o que é para passar a ter algo a dizer. A imagem de um chocolate não equivale apenas ao termo “chocolate”, mas veicula implicitamente um enunciado do tipo “eis o chocolate que acalma”, ou “aqui está o chocolate que vai saciar um desejo”, que deixa transparecer a ostentação e a vontade de fazer com que o objeto signifique algo além de sua representação.

Qualquer objeto já é um discurso em si. É uma amostra social que, por sua condição, torna-se um iniciador de discurso, de ficção, pois tende a recriar em torno dele o universo social ao qual pertence. Desse modo, qualquer figuração, qualquer representação que chama a narração, mesmo embrionária, pelo peso do sistema social ao qual o representado pertence e por sua ostensão.

3.2.3. Linguagem Cinematográfica

Este sub-capítulo foi todo baseado no livro *A Estética do Filme*, do autor AUMONT, Jacques.

A linguagem cinematográfica serviu estrategicamente para postular a existência do cinema como meio de expressão artística. A fim de provar que o cinema era de fato uma arte, era preciso dotá-lo de uma linguagem específica diferente da linguagem da literatura e do teatro.

O nascimento da linguagem cinematográfica acompanhou vários estudiosos, vários momentos e várias teorias diferentes. Abaixo falarei das mais importantes.

Sabe-se que foi na França que surgiu o cinema, e os cineastas e estetas franceses sempre estiveram muito envolvidos com o meio cinematográfico desde então. Os estetas decidiram opor o cinema à linguagem verbal e defini-lo como um novo meio de expressão.

O cinema não era dotado de uma linguagem, era apenas o registro de um espetáculo anterior ou, então, a simples reprodução do real. Foi porque quis contar histórias e veicular idéias que o cinema teve de determinar uma série de procedimentos expressivos; é o conjunto desses procedimentos que o termo linguagem inclui. A linguagem cinematográfica é determinada primeiro pela história e depois pela narratividade.

A característica essencial dessa nova linguagem é sua universalidade; ela permite contornar o obstáculo da diversidade das línguas. Outra vertente francesa, com perspectivas promocionais, tenta provar a complexidade do cinema, batizam-no de “sétima arte”.

Hugo Münsterberg, autor do livro *The Film: A psychological study*, reconheceu no cinema uma especificidade, pela qual o mundo exterior perde seu peso, liberta-se do espaço, do tempo e da causalidade, molda-se nas formas de nossa própria consciência. Yuri Tynianov em um artigo chamado “Dos fundamentos do cinema” acaba por complementar, mesmo que involuntariamente, a idéia de Hugo ao defender que no cinema o mundo visível é dado não enquanto tal, mas em sua correlação semântica; não fosse isso, o cinema seria apenas uma fotografia viva. O homem visível, a coisa visível só são um elemento do cinema-arte quando são dados na qualidade de signos semânticos.

Para Jean Mitry, a linguagem é um sistema de signos ou de símbolos, que permite designar as coisas dando-lhes um nome, dar significado às idéias, traduzir pensamentos. Existe a linguagem cinematográfica, mesmo se esta elabora seus significados não a partir de figuras abstratas mais ou menos convencionais, mas por meio da reprodução do real concreto, isto é, da reprodução analógica do real visual e sonoro. O laço entre o significante e o significado da imagem visual e sonora é fortemente motivado pela semelhança.

Christian Metz defende ser possível considerar o cinema como uma linguagem na medida em que organiza elementos significativos dentro de arranjos organizados, diferentes daqueles que nossos idiomas praticam e tampouco copiam os conjuntos perceptivos que a realidade nos oferece.

A inteligibilidade do filme passa por três instâncias principais: a analogia perceptiva; os códigos que dão nome aos objetos e aos sons e as figuras significantes propriamente cinematográficas que estruturam dois grupos de códigos precedentes funcionando acima da analogia fotográfica e fonográfica.

O reconhecimento visual e sonoro se baseia em certos traços sensíveis do objeto ou de sua imagem, excluindo-se os outros. É esse fenômeno que explica porque a representação esquematizada dos objetos, dos quais a maior parte das características sensíveis foram deliberadamente suprimidas, sejam tão reconhecíveis quanto representações bem mais completas no plano de sua realidade física.

No cinema, apesar do grau muito elevado de iconicidade próprio a seu significante, a primeira compreensão dos dados audiovisuais é igualmente garantida pelo conjunto desses códigos constitutivos de analogia. Esses permitem reconhecer os objetos visíveis e audíveis que aparecem nos filmes graças à semelhança pela qual são responsáveis.

O sentido denotado produzido pela analogia figurativa é o material de base da linguagem cinematográfica, aquele sobre o qual ela vem sobrepor seus arranjos, sua organização típica. Estes podem ser internos à imagem: enquadramentos, movimentos de câmera, efeitos de iluminação, ou podem referir-se a relações de imagem à imagem, portanto, à montagem.

3.2.4. Olhar psicanalítico

Esse sub-capítulo é todo baseado na obra *O Olhar em psicanálise* de NASIO, JUAN-DAVID.

Visão não é olhar. Ver é ver o mundo que está diante de nós, e olhar é fixar a vista em um detalhe, um aspecto particular daquilo que estamos vendo.

A visão do rosto, a visão geral precisa ser excluída para dar espaço ao olhar inconsciente que aparece ou como um ato de olhar ou como a satisfação que este gesto proporciona.

Pode-se desmontar o olhar em sentidos distintos, o que interessa neste caso é o olhar enquanto satisfação do ato. A ação de olhar é subjetiva, o que tem valor é a satisfação implícita no ato de olhar. Isso que remete à uma idéia de energia.

O olhar é um ato pulsional inconsciente que depende da energia desse ato que se dissipa e ao mesmo tempo determina, sustenta, mantém o desenrolar do ato e faz com que ele se cumpra. Na teoria de Lacan essa acepção do olhar se chama gozo, já Freud

nomeou como objeto de pulsão.

É no campo global da visão, formado por imagens que surge o olhar, no momento de fascinação. Para a psicanálise o mundo é feito de imagens, não de coisas em si. É quem vê e o que.

Na perspectiva do imaginário, o eu é a imagem percebida, o eu está na imagem percebida, e essa imagem percebida é o eu. Assim, o eu só vai perceber imagens que de longe ou de perto refletem o que ele essencialmente é. São as chamadas imagens gestantes.

A gestância, portanto é uma modalidade que o sentido adota na sua acepção psicanalítica de ser o efeito produzido quanto uma forma imaginária provoca o prazer de nos ajustarmos a ela, e, acima de tudo, de nos reconhecermos nela. Gestantes são todas as formas que adquirem sentido para o eu. O mundo para o eu são as imagens gestantes. Como em psicanálise a palavra sentido refere-se ao sentido sexual, no reconhecimento das imagens gestantes está em última instância ligado a um reconhecimento enquanto eu como ser sexual.

“Reconhecer-se não quer dizer “isso é o mesmo que eu”, mas que esse objeto desperta prontamente um sentido ligado ao eu. E sentido quer dizer: ajustar-me à imagem desse objeto, reconhecer na imagem desse objeto algo que está ligado a minha história, a minha impressão, a minha sensação.” (NASIO, 1995, P. 22)

Para que o eu relacionado com a imagem e para que o reconhecimento do eu com a imagem gestante possa ter lugar, é preciso que ele esteja imerso em uma estrutura simbólica, é preciso que haja o ideal do eu. O sentido se articula na relação do simbólico com o imaginário.

O eu não percebe indistintamente uma imagem qualquer, mas seleciona apenas aquelas em que se reconhece, e, ao se reconhecer, tem o prazer ou o desprazer de se amar ou se odiar, isto é, de criar sentido. Por isso ver é sinônimo de prever, de imaginar o que se esperava; não há surpresa no ver porque é algo que sempre se relaciona com o reconhecimento.

O ato de olhar é inconscientemente desencadeado por uma luz que provém do outro, de fora, mas, quando se realiza esse ato, desenvolve-se um movimento fechado em si mesmo, traçado nas dimensões simbólicas e reais das pulsões inconscientes, e não mais no imaginário do eu.

A fascinação é o modo como se atualiza, o modo como se manifesta a emergência de um olhar inconsciente. O olhar irrompe quando um resplendor fascinante recorta-se no

fundo imaginário e estável da visão do eu. É um momento intermediário entre a visão e o olhar, entre a visão do eu e o olhar inconsciente, é um modo pelo qual o olhar se atualiza.

Essa fascinação não se dá só pela vista, pode dar-se também por toda uma forma imaginária que tenha qualidade de ser rítmica, pontual, intermitente, contrastante, dilatante, cadenciada: o movimento é muito importante.

O ato de olhar é um circuito interno em nós. Olhar não é um objeto. Uma cena de filme é vista. Mas se determinada cena me deslumbra ocorre um momento de pulsão escópica, que se constrói na cena. Mas a cena em si não é o objeto do olhar. O olhar não é o olhar para fora nem o olhar para dentro, é o olhar pulsional, inconsciente, cujo sujeito tampouco é o ator. Não é ele quem olha.

O ato pulsional não tem objetivo sobre o qual aplicar-se nem sujeito-ator. A pulsão é uma ação primitiva sem sujeito, sem cabeça.

3.2.5. Olhar do espectador

O cinema é uma técnica do imaginário própria do capitalismo e da civilização industrial. O nome “técnica do imaginário” existe primeiramente porque a maioria dos filmes consiste em narrativas ficcionais e também porque todos os filmes repousam a partir de seu significante sobre o imaginário da fotografia e da fonografia.

O espectador é um parceiro ativo da imagem, emocional, cognitivamente e como organismo psíquico sobre o qual a imagem age.

Existem diferentes abordagens sobre a maneira pela qual a imagem age no espectador. Uma das abordagens é a linha pragmática, que analisa esse fenômeno tendo como base a psicologia e a sociologia. Ela estuda as condições de recepção da imagem pelo espectador e os fatores sociológicos ou semiológicos que influem na compreensão, interpretação e aceitação da imagem.

O espectador é um sujeito com afetos, pulsões e emoções que intervêm consideravelmente na sua relação com a imagem. A psicanálise abordou a imagem sob dois ângulos diferentes: como interveniente no inconsciente e no funcionamento da imagem artística como constituinte de um sintoma.

Uma das análises psicanalíticas do espectador da imagem destaca uma relação estreita entre inconsciente e imagem. A imagem então contém o inconsciente, o primário que se pode analisar e inversamente, o inconsciente contém as representações.

4. Análise dos filmes selecionados

4.1 Critérios Para Análise Fílmica

Este sub-capítulo é baseado no livro *Ensaio Sobre A Análise Fílmica*, dos autores VANOYE, Francis e GOLIOT-LÉTÉ, Anne.

Analisar um filme ou um fragmento é decompô-lo em seus elementos constituintes. Parte-se do texto fílmico para “desconstruí-lo” e obter um conjunto de elementos distintos do próprio filme.

Uma segunda fase na análise consiste em estabelecer elos entre os elementos isolados, em compreender como eles se associam para fazer surgir o significante.

Um filme é um produto cultural inscrito em um determinado contexto sócio-histórico. O propósito de analisar um filme é o de interrogá-lo na medida em que oferecem um conjunto de representações que remetem direta ou indiretamente à sociedade em que se inscrevem.

Reflexa ou reclusa, o filme constitui um ponto de vista sobre esse ou aquele aspecto do mundo que lhe é contemporâneo. Estrutura a representação da sociedade em espetáculo, em drama, e é essa estruturação que é objeto de cuidado dos analistas.

4.2 Enredo do filme *Chocolate*

O filme é baseado no romance homônimo de Joanne Harris e pode ser considerado um conto, como explicarei na análise. A história é ambientada em um vilarejo no interior da França, cujos habitantes acreditavam em tranquilidade. Todos que viviam na vila sabiam seu lugar na ordem das coisas. Sabiam exatamente como deveriam se comportar, o que era esperado deles.

A personagem principal, Vianne e sua filha Anouk eram trazidas de uma cidade para outra a partir de um vento vindo do norte.

Toda cidade é controlada pelo conde Reynaud, um prefeito onipresente, que interfere inclusive nas missas escritas pelo jovem padre que é facilmente manipulável. As missas dominicais são baseadas em comportamentos exemplares. Se tais

comportamentos não ocorrerem, as pessoas serão punidas ou ficarão com um incomodo sentimento de culpa. Os preceitos do Senhor – neste caso o prefeito, não Deus, precisam ser seguidos à risca.

A inimizade entre Vianne e Reynaud começa desde o primeiro encontro, no qual ela ainda estava montando a loja. Neste momento ela declara ser atéia, apesar de ter uma filha afirma que nunca se casou e anuncia a inauguração da loja durante o jejum da Quaresma.

Para vender o chocolate indicado aos desejos e personalidades das pessoas, Vianne tem um prato cheio de imagens disformes e ela sempre pede para que as pessoas o girem e em seguida dizerem o que estão enxergando enquanto o mesmo ainda está em movimento.

Anouk pede para mãe contar a história dos avós. Vianne mostra que o chocolate que ela serve tem a base de sua receita na civilização Maia. Eles acreditavam que o cacau tinha o poder de libertar desejos ocultos e de revelar destinos. Sua mãe fazia parte de um grupo conhecido como andarilhos do norte. Eles não fixavam morada por muito tempo em um mesmo lugar, eles mudavam conforme o vento do norte e por onde passavam ajudavam as pessoas receitando remédios antigos de cacau.

O prefeito começa a fazer uma campanha contra a Chocolataria, falando mal da dona e de sua filha em diversos lugares da cidade. Em seguida diversos cidadãos vão se confessar com o padre por terem caído na tentação de comer os chocolates, e os descrevem como deliciosos. O chocolate então é tido como um pecado da gula e do desejo que tem de ser reprimido por causa da Quaresma e da dona que é atéia.

Quando um grupo de pessoas nômades que vivem em um barco aporta na cidade, o prefeito faz uma reunião com todos os moradores com o objetivo de promover um boicote contra essas pessoas, impedindo-os de serem atendidos em qualquer estabelecimento comercial. Apenas Vianne decide recebê-los.

Depois de tentar o boicote a Chocolataria boca à boca, o prefeito decide fazer com que o padre coloque na missa que o mal tem que ser evitado e muitas vezes ele pode aparecer como um inofensivo chocolate. A partir de então: quebra do boicote aos nômades somados a missa, a cidade passa a excluir completamente Vianne, que conta apenas com Armande, a proprietária da loja, uma amiga que mora com ela e os nômades do barco.

A situação muda quando Armande pede para Vianne fazer seu banquete de aniversário. Então ela convida pessoas próximas à aniversariante e prepara o jantar com o

líder do barco. Ninguém sabe de nada até o começo do jantar. Na hora da sobremesa os convivas são informados que esta será servida no barco, assim eles quebram o boicote e vão até lá.

A partir daí a cidade passa a aceitar Vianne e a loja. Quando o vento do norte torna a soprar e ela e a filha se preparam para partir, Josephine reúne alguns moradores que começam a preparar na cozinha da Chocolataria os doces para o festival de tortas que Vianne havia planejado.

No momento em que percebe, por conta de dois motivos principais: um habitante levou ao pé da letra suas reclamações contra os nômades e resolveu por conta própria incendiar o barco deles, e os moradores da cidade não mais respeitavam nem o boicote aos nômades nem à Vianne; ter extrapolado em sua tentativa de controlar a cidade Reynaud finalmente sucumbe a tentação do chocolate, invade a loja e devora os chocolates da vitrine.

Ao encarar o prefeito adormecido na vitrine, o padre se sente livre para proferir seu próprio sermão. A narradora então confirma que os habitantes da cidade passam a se sentir libertos, mais leves, após o sermão. Vianne, por sua vez, decide ignorar o vento do norte e fixar-se definitivamente no vilarejo. O filme então chega ao fim.

4.3. Análise do filme *Chocolate*

Este filme é um conto. As personagens principais, Vianne e sua filha Anouk, viajam de cidade em cidade com receitas de cacau que são usadas para curar os problemas das pessoas com as quais cruzam. A missão de Vianne é dar continuidade ao trabalho da mãe e acabar com a hipocrisia em que vivem as pessoas de algumas cidades interioranas.

O diretor Lasse Hallstrom opta por filmar o chocolate em diversos closes com visando passar ao público o desejo que tal guloseima desperta. O objetivo dos closes será trazer quem está assistindo para dentro do campo fílmico, como citado na obra *A Estética do Filme*, a impressão de que aquilo é real aguça os sentidos e o desejos. Sendo um alimento popular, o diretor acaba conseguindo fazer com a falta de odor das imagens seja desconsiderada, uma vez que olfato e paladar estão diretamente relacionados, e faz com que as imagens passem para o telespectador a vontade de degustar o chocolate. O olhar psicanalítico foca a atenção e o desejo no chocolate, graças às técnicas fílmicas.

A sociedade que gira absoluta e completamente em torno dos desejos do prefeito, tem seu dia a dia mudado com a chegada da chocolataria. O que norteia a ação de todos

os personagens é a relação que eles têm com o novo, o estrangeiro: o chocolate.

Em um dado momento um grupo de ciganos chega à cidade e são boicotados pelo prefeito. A cidade teme tudo que vem de fora. O estranho é uma ameaça que precisa ser combatida. Eles vivem seus papéis sociais tranquilamente bem até o momento que o estranho faz parte da rotina da cidade e muda os interesses das pessoas.

A primeira cliente diz ter visto uma mulher galopando um cavalo selvagem. Para ela Vianne indica um chocolate com pimenta para cortar o doce: picante e audaz. A cliente decide comprar os chocolates, mas pede para que eles sejam embrulhados para assim fingir que é um presente do marido. É nesta cena que fica claro a sensibilidade da proprietária em relação ao cliente e aos produtos. Ela indica para o marido da cliente um cacau refinado da Guatemala para acender as paixões.

O chocolate então muda a relação deste casal com seu poder afrodisíaco. O marido passa a desejar a mulher, que passa a ir regularmente à Chocolataria para comprar mais do mesmo.

É através de bombons que um senhor, seguindo os conselhos de Vianne, passa a cativar uma viúva. A idéia central é que o cacau tem o poder de liberar desejos ocultos, e é através disso que as cidades pelas quais Vianne e sua filha passam vão ficando cada vez melhores de se habitar.

Todas as pessoas que ali moravam tinham uma vida previsível e monótona. Todas apresentavam algum problema que foi solucionado com a chegada do chocolate libertador. Josephine tomou coragem para deixar o marido que a espancava. O neto de Armand, uma criança completamente dominada pelo zelo demasiado da mãe decide encontrar a avó escondido na chocolataria para firmar laços de amizade com ela. O poder do prefeito acaba quando a população não consegue resistir ao chocolate e mantém a loja aberta consumindo o produto. Quando o prefeito faz um boicote aos ciganos, ele é burlado porque Armand e Vianne decidem levar a sobremesa de um jantar até o barco e todos os convidados vão até lá para comer.

É através do chocolate que as personagens principais curam as mazelas da cidade porque não tem guloseima mais apetitosa e mundialmente aceita e desejada do que o doce do chocolate. As imagens são irresistíveis e usando todo o campo fílmico, somado à uma trilha sonora despretensiosa e agradável, o diretor faz com que a platéia consiga entender como toda a cidade sucumbiu à tentação do chocolate e se desviou dos desígnios impostos pelo tirano prefeito. Como as pessoas olham apenas aquilo que são ou que compreendem, como defendido pelo autor Juan David-Nasio, cuja obra é baseada em

seminários de Lacan, foi fácil o diretor atingir seu objetivo maior, levando em conta como já citado antes a popularidade do chocolate. A gula venceu a ordem social que era nitidamente pré-estabelecida.

4.4. Enredo do filme *O Cozinheiro, O Ladrão Sua Mulher e Seu Amante*

O enredo do filme é simples. São quatro os personagens principais como o próprio título anuncia. O cozinheiro Richard trabalha na cozinha do grotesco ladrão Albert Spica que todas as noites janta no restaurante chamado *Le Hollandais*. Sua esposa, Georgina é igualmente culta como o cozinheiro, e por isso no decorrer do filme vemos a proteção de Richard em relação à Georgina. E o amante, Michel é um contador intelectual que virou dono de uma livraria e também faz suas refeições no dado restaurante.

O filme tem a duração de uma semana, apresentados pelas indicações de cada prato de cada dia no cardápio.

Os cenários apresentam cores próprias: cozinha tem um tom de verde, o restaurante é vermelho e o banheiro é branco. A cor das roupas dos personagens muda conforme trocam de cenário, ficando igual a cor dos mesmos.

Durante os jantares no restaurante o ladrão sempre ensina, de maneira rude, aos membros de sua gangue como comer de maneira educada além de explicar alguns pratos. Tais conversas também são recheadas de referências sexuais. Sempre Spica procura associar comida a relações sexuais.

A trama começa quando Georgina, a mulher do ladrão começa uma relação baseada apenas em sexo com Michel. Eles começam a se encontrar no banheiro do restaurante. Em seguida passam a ser ajudados por Richard que cede espaço em sua cozinha para os encontros do casal.

Uma mulher do grupo de Spica descobre que Georgina o está traindo em uma discussão acaba contando tudo. Spica então destrói o restaurante e parte para a cozinha, local onde os amantes estavam. Richard ajuda os amantes a fugirem. Ao torturar uma criança que lavava pratos na cozinha do restaurante e levou comida aos fugitivos, Spica descobre o local do esconderijo e assassina o amante.

Ao encontrar o corpo de Michel, Georgina decide falar com Richard e lhe pede para cozinhar o amante morto. O filme termina com um motim contra o ladrão, liderado por Georgina. Eles o obrigam a comer o corpo cozido de Michel.

4.5. Análise do filme *O Cozinheiro, O Ladrão, Sua Mulher e Seu Amante*

Durante todo o filme o escatológico está presente. O filme abre com um dono de restaurante sendo torturado por Spica, o ladrão, que o obriga a comer fezes de cachorro. Um dono de restaurante é responsável por alimentar as pessoas com o que há de melhor. Tal punição não poderia ser pior, uma vez que as fezes são o que o organismo não conseguiu absorver na comida ingerida.

O filme tem a duração de uma semana, representados pela indicação do prato principal de cada dia no cardápio. Sete é um número cabalístico, místico. Sete dias da semana, sete anões, sete mares. Tal fato é também ressaltado pelo autor GARCIA, Wilton em seu livro *Introdução ao cinema intertextual de Peter Greenaway*.

Os cenários apresentam cores próprias: a cozinha tem um tom de verde, o restaurante é vermelho, o banheiro é branco. Os figurinos mudam conforme a cor do ambiente, mas sempre a cor preta está presente. Preto remete ao luto, cor da morte. Essa cor está associada ao fim do filme que tem apresenta uma morte e em seguida um ato de canibalismo.

O vermelho do restaurante está relacionado à luxúria, à proibida maçã de Eva, ao glamour de grandes eventos nos quais sempre está presente um imponente tapete vermelho, a roupa dos clientes é extremamente requintada o que só reforça a ideia de luxo que o diretor quer passar. É nesse ambiente requintado que os pratos são servidos, que o desejo da esposa pelo amante se inicia graças a olhares dúbios trocados, que a luxúria toma forma através dos diálogos do ladrão que sempre mesclam comida e sexo. A mesa do ladrão ocupa posição central no salão. Até um quadro enorme que ocupa uma parede inteira tem seus componentes todos com os olhos voltados para a mesa do ladrão.

Toda noite o ladrão e sua gangue jantam no restaurante do cozinheiro Richard. Durante esses jantares, Spica sempre ensina de maneira grosseira os membros de sua gangue a comer de maneira educada e chique. Na verdade Spica não aprecia um bom prato, tudo o que ele fala é ensaiado, é apenas o que a grande massa julga ser o correto em termos de comida e bons modos. Em várias cenas a cumplicidade entre o cozinheiro e Georgina, a mulher do ladrão, fica visível, graças à sensibilidade gustativa dela. Em uma cena específica e sem diálogos isso fica muito claro. Georgina entra na cozinha e experimenta um molho. Ela apenas olha para Richard que acrescenta algum condimento, ela experimenta novamente e sorri. Em seguida entra Spica à procura da mulher e ao

experimentar o mesmo molho joga a panela no chão, dizendo que estava horrível. Fica claro que ele finge entender de gastronomia porque isso lhe oferece uma posição social que o diferenciaria dos demais de sua gangue. Como a teoria baseada nos livros sobre moda de Gilles Lipovetsky, a gastronomia atualmente torna-se um diferenciador social, fato este também ressaltado no livro *Comida: Uma história*.

Spica reconhece a França como símbolo gastronômico ao tentar pronunciar o nome dos pratos em francês e ao pedir ao cozinheiro para falar com os clientes com o sotaque acentuado,

Em um dos jantares o ladrão diz que: ... *embora os prazeres estejam relacionados porque as coisas boas e ruins da comida e do sexo são parecidas. Isto é só para mostrar como comida e sexo se relacionam*. Tal analogia está presente em todo o filme. O ladrão sempre leva o escatológico as conversas à mesa. A comida é ingerida através da boca, e é com a boca que no sexo é feito por exemplo o sexo oral, além de diversos outros tipos de carinho. Gula e luxúria são pecados capitais, ambos em excesso são caracterizados como tal.

O banheiro é todo branco. Essa cor traz consigo a idéia de paz, purificação, transformação. É aí, neste ambiente neutro que ocorre o primeiro encontro do casal de amantes.

As cores escolhidas pelo diretor, somado à trilha sonora sempre envolvente faz com que o espectador absorva tudo o que está acontecendo no filme. O campo fílmico, como citado na obra *A Estética do Filme*, é plenamente dominado pelas técnicas fílmicas de Greenaway. É por isso que apesar das imagens de belos pratos e diversas comidas diferentes o espectador não sente vontade de participar do banquete. Ao mesmo tempo em que a comida poderia dar água na boca, a presença rude e grosseira do ladrão faz com que qualquer apetite se perca. A visão se concentra em todo o campo fílmico, mas o olhar psicanalítico, como ressaltado por Juan David-Nasio, não consegue fugir das atrocidades realizadas por Spica.

Foi graças ao olhar que os amantes iniciaram o romance. A identificação do casal se dá através da escolha do prato. Na hora do jantar ambos deliciam-se com os mesmos pratos, aquele que o rude ladrão experimentou e seu pobre paladar desprezou.

A cozinha é enorme e está sempre repleta de funcionários e comidas espalhadas por mesas e depósitos, não passando um aspecto de limpeza e higiene. O tom esverdeado está associado à esperança dos amantes de que tudo entre eles dê certo (uma vez que a maioria de seus encontros ocorre na cozinha, como será explicado

posteriormente) e à criatividade necessária para a elaboração dos pratos, já que a culinária é considerada uma forma de arte. Na entrada existe um enorme triângulo de aço, que simboliza um prisma, um refletor de luz, divisor de ambientes no caso.

É também na cozinha que fica um personagem que parece representar o bem e está aquém de toda a maldade e sensualidade presentes na cozinha e no restaurante. Pup é uma criança loira encarregada de lavar os pratos. É um menino, mas suas vestes e seus gestos deixam bastantes presentes uma aguda androgenia, própria dos anjos. Ele canta uma ópera falando sobre pureza e purificação e ajuda a proteger os amantes.

A primeira cena de sexo do casal na cozinha acontece em uma sala com pães e roscas, e a partir daí as imagens feitas em close da cozinha estarão diretamente relacionadas ao sexo. Símbolos fálicos como o amolador de facas e o pepino que vai sendo cortado, assim como símbolos análogos as formas femininas como a rosca e o repolho.

Por motivos óbvios – Albert Spica depende de Richard para se alimentar uma vez que nenhum outro restaurante aceitaria tal troglodita à mesa – o cozinheiro é o único personagem que diz o que quer ao ladrão e não é agredido. Várias cenas exemplificam tal comportamento, entretanto a mais clara é aquela na qual o ladrão descobre a traição da mulher e invade a cozinha atrás do casal. Spica destrói tudo, e mesmo percebendo que o cozinheiro os ajudou, nada faz contra ele.

No final acontece uma grande encenação. Georgine veste sua roupa mais extravagante, um vestido preto com véu, nitidamente fazendo alusão a uma viúva negra, e prepara um banquete para Albert com ajuda de Richard. Para Albert que dizia ser um grande gourmet, o pior castigo seria obrigá-lo a comer o corpo de outro humano, um humano que ele odiava e matou com requintes de crueldade. Então Georgine armada, obriga Albert a comer o corpo assado de Michel.

Essa foi a melhor vingança que poderia acontecer, uma vez que, como citado pelo autor Felipe Fernández-Armesto no livro *Comida: Uma história*, o ato canibal nas tribos em que é aceito, visa trazer para o comensal as características que em vida tinha o humano que serve de alimento. Foi toda essa simbologia que Greenaway empregou à vingança de George. Albert tinha ojeriza ao intelecto de Michel, obrigá-lo a comer misticamente faria com que ele adquirisse tais atributos. e para ele o ato canibal é visto como signo de violência, algo cujo efeito é depravador.

5. CONCLUSÃO

A gastronomia, presente na humanidade desde os primórdios, quando o homem aprendeu a produzir vasos de cerâmicas para armazenar condimentos, se torna cada vez mais sofisticada com o passar dos anos.

Seu ponto principal de referencia é a França. Cidade da luz, cidade dos cafés, dos queijos e vinhos, de Chanel, Dior e Yves Saint Lauren. A relação entre moda e gastronomia, como citada na revisão literária a partir da obra do filósofo Gilles Lipovetsky, foi dissecada e trouxe questões sempre tão nítidas, mas nunca antes abordadas. O glamour saiu das passarelas para a cozinha. Improvável, porém real. Os signos sociais são os pontos principais que ambos os mercados tem em comum.

Orientando a análise dos filmes escolhidos a partir de bases gastronômicas, elementos fílmicos e estudos psicanalíticos, ficou claro que nos contextos cinematográficos escolhidos a gastronomia foi o centro do roteiro. Todo o filme, desde o começo ao clímax depende da comida para fazer-se entender.

Em *O cozinheiro, o ladrão, sua mulher e o amante*, o personagem principal estabelece o conhecimento gastronômico como distintor de classes sociais. É bem perceptível o paralelo feito entre luxo e gastronomia. A vingança do filme acontece quando um personagem é obrigado a comer carne humana, no ato este sempre condenado mesmo em situações extremas ou contextos sociais específicos. A gastronomia é vista por vários pontos de vista presentes no mesmo enredo.

Já em *Chocolate*, a comida, que nesse contexto é representada exclusivamente por esta guloseima, traz consigo características intimamente relacionadas a luxuria, a sedução, a culpa e a libertação. O chocolate pode ser visto como o personagem principal do filme, pois todas as relações sociais existentes no pequeno vilarejo vão ser reorganizadas com a chegada da Chocolataria.

Com a análise buscou-se comprovar a importância da gastronomia em ambos os roteiros. Além disso, trouxe olhares críticos para relação entre gastronomia e cinema, uma vez que a bibliografia sobre o assunto é praticamente inexistente. Levando em consideração que todos os seres humanos, não importando credo, cor ou classe social

precisam de alimentos, e que alimentação no século atual não é sinônima de nutrição fisiológica apenas, mas também mental, social e espiritual, a gastronomia serve como base analise para de diversas relações metafóricas.

6. Referências

- 1 LEAL, Maria Leonor de MS. *A História da Gastronomia*. 1998. Senac São Paulo.
- 2 FRANCO, Ariovaldo. *De Caçador a Gourmet*. 2001. Senac São Paulo.
- 3 LEAL, Maria Leonor de MS. *A História da Gastronomia*. 1998. Senac São Paulo.
- 4 Idem 3.
- 5 FERNANDES-ARMESTO, Felipe. *Comida: Uma história*. 2004. Record.
- 6 LEAL, Maria Leonor de MS. *A História da Gastronomia*. 1998. Senac São Paulo.
- 7 FRANCO, Ariovaldo. *De Caçador a Gourmet*. 2001. Senac São Paulo.
- 8 Idem 7.
- 9 FERNANDES-ARMESTO, Felipe. *Comida: Uma história*. 2004. Record.
- 10 Idem 9.
- 11 Idem10.
- 12 Idem 11.
- 13 LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette; MACHADO, Maria Lúcia. *O Luxo Eterno*. 2005. Companhia das Letras.
- 14 Idem 13.

15 Idem 14.

16 Idem 15.

17 Idem 16.

18 LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero*. 1989. Companhia das Letras.

19 Idem 18.

7. BIBLIOGRAFIA

AUMONT, Jacques. A Estética do Filme. São Paulo: Papyrus, 1995

FERNANDES-ARMESTO, Felipe. Comida: Uma história. Rio de Janeiro: Record, 2004

FRANCO, Ariovaldo. De caçador a gourmet. São Paulo: SENAC, 2004

LEAL, Maria Leonor de MS. A História da Gastronomia. Senac: São Paulo, 1998

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette; MACHADO, Maria Lúcia. O Luxo Eterno. São Paulo: Companhia das Letras, 2005

NASIO, Juan David. O Olhar em Psicanálise. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1995

VANOYE, Francis. Ensaio Sobre A Análise Fílmica. São Paulo: Papyrus, 1994