



Estudos Geográficos

Revista Eletrônica de Geografia

Entre sabores, saberes e poderes: a sociobiodiversidade brasileira na alta cozinha

Mariane Ravagio Catelli¹  

Luciene Cristina Rizzo²  

Resumo: A alimentação é um elemento central nas dinâmicas sociais e reflete relações de poder, identidade e mercado. Este artigo investiga a valorização da gastronomia brasileira em premiações internacionais, analisando como restaurantes premiados incorporaram ingredientes da sociobiodiversidade nacional. Para isso, adotaram-se como procedimentos metodológicos a revisão bibliográfica baseada na Geografia Cultural, considerando os impactos do capitalismo na alimentação e as relações de dominação e resistência nesse contexto. Ademais, realizaram-se a análise de premiações, o exame dos cardápios de restaurantes selecionados e as visitas técnicas a duas comunidades quilombolas. A pesquisa buscou compreender de que forma os chefs dialogam com a diversidade alimentar brasileira e possuem papel ativo na sua valorização ou apropriação. Também se analisou a percepção das pessoas entrevistadas sobre o uso da sociobiodiversidade na gastronomia. Os resultados indicaram que, embora tenha havido uma crescente valorização dos insumos brasileiros, ainda persistiram desafios quanto à sua inserção na alta cozinha de maneira autêntica e sustentável. Assim, o estudo contribuiu para reflexões sobre a gastronomia como expressão cultural e econômica, evidenciando tensões entre tradição e mercado.

Palavras-chave: Gastronomia brasileira; Sociobiodiversidade; Geografia Cultural; Alta cozinha; Povos e comunidades tradicionais.

¹ Doutora em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Geociências e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista – Campus de Rio Claro. Professora substituta da Faculdade de Ciências, Tecnologia e Educação da Universidade Estadual Paulista – Câmpus de Ourinhos.

² Professora Associada da Faculdade de Ciências, Tecnologia e Educação da Universidade Estadual Paulista – Câmpus de Ourinhos e do Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Geociências e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista – Campus de Rio Claro.



Este artigo está licenciado com uma licença Creative Commons

BETWEEN FLAVORS, KNOWLEDGE, AND POWER: BRAZILIAN SOCIOBIODIVERSITY IN HAUTE CUISINE

Abstract: Food is a central element in social dynamics and reflects relations of power, identity, and the market. This article investigates the recognition of Brazilian gastronomy in international awards, analyzing how award-winning restaurants have incorporated ingredients from the country's socio-biodiversity. To this end, the methodological approach included a literature review grounded in Cultural Geography, considering the impacts of capitalism on food systems and the dynamics of domination and resistance in this context. Additionally, the study involved an analysis of culinary awards, an examination of the menus of selected restaurants, and technical visits to two quilombola communities. The research sought to understand how chefs engage with Brazil's food diversity and their active role in either valuing or appropriating it. The perceptions of interviewees regarding the use of socio-biodiversity in gastronomy were also examined. The results indicated that, although there has been increasing appreciation of Brazilian ingredients, challenges remain regarding their integration into haute cuisine in an authentic and sustainable manner. Thus, this study contributes to reflections on gastronomy as a cultural and economic expression, highlighting tensions between tradition and the market.

Keywords: Brazilian gastronomy; Sociobiodiversity; Cultural Geography; Haute cuisine; Traditional peoples and communities.

ENTRE SABORES, CONOCIMIENTOS Y PODERES: LA SOCIOBIODIVERSIDAD BRASILEÑA EN LA ALTA COCINA

Resumen: La alimentación es un elemento central en las dinámicas sociales y refleja relaciones de poder, identidad y mercado. Este artículo investiga la valorización de la gastronomía brasileña en premios internacionales, analizando cómo restaurantes galardonados han incorporado ingredientes de la sociobiodiversidad nacional. Para ello, se adoptaron como procedimientos metodológicos la revisión bibliográfica basada en la Geografía Cultural, considerando los impactos del capitalismo en la alimentación y las relaciones de dominación y resistencia en este contexto. Además, se realizaron análisis de premios, el examen de los menús de restaurantes seleccionados y visitas técnicas a dos comunidades quilombolas. La investigación buscó comprender de qué manera los chefs dialogan con la diversidad alimentaria brasileña y desempeñan un papel activo en su valorización o apropiación. También se analizó la percepción de las personas entrevistadas sobre el uso de la sociobiodiversidad en la gastronomía. Los resultados indicaron que, aunque ha habido una creciente valorización de los productos brasileños, aún persisten desafíos en cuanto a su inserción en la alta cocina de manera auténtica y sostenible. Así, el estudio contribuye a reflexiones sobre la gastronomía como expresión cultural y económica, evidenciando tensiones entre tradición y mercado.

Palabras clave: Gastronomía brasileña; Sociobiodiversidad; Geografía Cultural; Alta Cocina; Pueblos y comunidades locales

INTRODUÇÃO

Os povos e comunidades tradicionais são pilares na preservação da sociobiodiversidade, utilizando saberes ancestrais que favorecem a sustentabilidade ambiental. Suas práticas de convivência com a natureza refletem um profundo respeito pelos recursos naturais, promovendo um uso equilibrado que protege a biodiversidade e os ecossistemas locais. Por meio de métodos agrícolas sustentáveis

e do resgate de espécies endêmicas, essas comunidades cultivam uma relação sinérgica entre cultura e meio ambiente, garantindo a continuidade de suas tradições.

Portanto, reconhecer e apoiar os saberes das comunidades tradicionais é fundamental para a proteção da sociobiodiversidade. Ao fazê-lo, não apenas se preserva o meio ambiente, mas também se valoriza um legado cultural inestimável. O fortalecimento dessas comunidades é essencial para garantir que práticas sustentáveis continuem a ser transmitidas às futuras gerações, assegurando um futuro mais equilibrado e respeitoso com a natureza.

Um estudo realizado pelo Instituto Socioambiental (ISA), conduzido por Oviedo e Doblas (2022), ressalta a importância dos povos indígenas e demais comunidades tradicionais na manutenção e preservação da sociobiodiversidade nacional, apresentando os seguintes dados:

- Atualmente, 40,5% das florestas brasileiras estão protegidas no sistema nacional de áreas protegidas (terras indígenas, territórios quilombolas e unidades de conservação).
 - As áreas protegidas (terras indígenas, territórios quilombolas e unidades de conservação) com presença de povos indígenas e populações tradicionais protegem um terço (30,5%) das florestas no Brasil.
 - Somente as terras indígenas são responsáveis pela proteção de 20,3% das florestas no Brasil.
 - Para todas as classes de vegetação nativa, o atual conjunto de áreas protegidas do sistema nacional de áreas protegidas (terras indígenas, territórios quilombolas e unidades de conservação) protege 42,3% da vegetação natural do Brasil.
 - As áreas protegidas (terras indígenas, territórios quilombolas e unidades de conservação) com presença de povos indígenas e populações tradicionais protegem 29,9% da vegetação nativa no Brasil.
- [...]
- Os resultados obtidos neste estudo reforçam o papel das populações tradicionais na proteção das florestas. A baixa intensidade de manejo da paisagem e a regeneração da vegetação nativa baseiam-se no conhecimento de que as florestas precisam das pessoas, assim como as pessoas precisam das florestas. (OVIEDO e DOBLAS, 2022, p. 01-02)

Preservar as florestas e garantir os direitos dos povos e comunidades tradicionais é fundamental para a conservação da sociobiodiversidade e do patrimônio alimentar brasileiro. Essas comunidades desempenham um papel central na manutenção de práticas agrícolas sustentáveis, no manejo de espécies endêmicas e na transmissão de conhecimentos ancestrais sobre o uso dos recursos naturais.

Os lugares mais preservados, florestas e rios, ainda coincidem com espaços interiores ocupados por índios e outras culturas tradicionais. O emergente biomercado e as ofertas do conhecimento cultural da biodiversidade surgem como possibilidade para novos materiais, medicamentos, princípios ativos, alimentos, perfumes, conservantes, adoçantes, sal vegetal, variedades de plantas, sementes, pesticidas orgânicos e frutas. Tal potencial remete ao tema dos direitos de propriedade intelectual de seus detentores, de seu acesso ao mercado e de sua proteção *in situ* [...] (LEONEL, 2000, p. 321)

A sociobiodiversidade brasileira, que resulta da interseção entre a diversidade biológica e a diversidade de sistemas socioculturais (BRASIL, 2009), tem se destacado na alta cozinha, onde *chefs* buscam inovações culinárias por meio de ingredientes e técnicas ancestrais. Essa prática não só enriquece os pratos servidos, mas também propõe uma nova forma de valorização cultural.

Entretanto, a incorporação da sociobiodiversidade na alta cozinha revela um dilema ético: enquanto alguns *chefs* se beneficiam do prestígio e da notoriedade que vem com a utilização desses ingredientes, as comunidades que detêm esse conhecimento muitas vezes não recebem o reconhecimento ou a compensação adequada. Essa dinâmica de poder sugere uma relação desigual, onde a valorização cultural pode se transformar em exploração, perpetuando a marginalização das vozes, saberes e sabores.

Este artigo tem como base a tese de doutorado da primeira autora, que investigou as relações entre *chefs* de cozinha e duas comunidades quilombolas no uso de espécies alimentícias endêmicas.

A pesquisa foi essencial para desvendar as complexas interações entre a alta cozinha e as comunidades quilombolas. O interesse crescente de *chefs* em utilizar ingredientes tradicionais não é apenas uma tendência culinária, mas também um reflexo da valorização da sociobiodiversidade. No entanto, essa valorização levanta questões cruciais sobre a apropriação cultural e a necessidade de reconhecer os saberes ancestrais que sustentam essas práticas alimentares. É vital que os *chefs* e as comunidades se engajem em um diálogo que respeite e valorize esses conhecimentos, promovendo um intercâmbio que beneficie ambos os lados.

Ao construir um diálogo equilibrado entre a alta cozinha e os povos e comunidades tradicionais, é possível criar um ambiente onde o respeito mútuo e a

valorização da diversidade alimentar se tornem a norma. Assim, a pesquisa não só contribui para a gastronomia, mas também para a justiça social no Brasil.

Para alcançar o objetivo proposto na pesquisa, foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos: revisão bibliográfica, com foco em autores da Geografia Cultural, para compreender as relações entre comida, cultura e poder; análise das premiações gastronômicas *The World's 50 Best Restaurants* e Guia Michelin Brasil, a fim de identificar os restaurantes premiados que promovem a cozinha brasileira; exame dos cardápios de restaurantes selecionados para verificar os produtos utilizados; visitas técnicas a duas comunidades quilombolas e entrevistas.

No desenvolvimento, abordaremos alguns aportes teóricos essenciais para a pesquisa e analisaremos a percepção das pessoas entrevistadas sobre a utilização da sociobiodiversidade e dos produtos da comunidade na gastronomia brasileira.

DESENVOLVIMENTO

Em diversas culturas, a alimentação transcende a mera necessidade biológica, assumindo papéis sociais e simbólicos profundos. Segundo Woortman (2013), a comida não é apenas um combustível para o corpo, mas também um veículo de significados que refletem as tradições e valores de cada sociedade. Essa complexidade é evidente nas interações sociais que giram em torno das refeições, onde os alimentos se tornam símbolos de identidade, pertencimento e até mesmo resistência cultural. O ato de comer, portanto, se transforma em um ritual que conecta as pessoas a suas raízes e histórias.

A geógrafa Maria Geralda de Almeida (2017) destaca que a análise da alimentação deve ser multifacetada, englobando diversas disciplinas que exploram suas várias dimensões. Desde a perspectiva médica e nutricional até os aspectos políticos e econômicos, o estudo dos hábitos alimentares revela muito sobre as dinâmicas sociais e as condições de vida de um povo. A autora enfatiza que, para entender os comportamentos alimentares humanos, é necessário ir além dos condicionamentos biológicos, considerando fatores culturais, sociais e históricos que moldam nossas escolhas. Para a autora, “[...] comer é um fenômeno social e cultural.” (ALMEIDA, 2017, p. 08)

Conforme exposto por Almeida (2017), a partir da década de 1990, os estudos pós-modernistas influenciaram as Ciências Humanas e Sociais, trazendo à tona

questões sobre poder e dominação relacionadas à alimentação, considerando os contextos socioeconômicos e políticos que a envolvem.

Nos anos de 1990, sob a influência da corrente pós-modernista, a atenção à linguagem e, particularmente, ao seu papel na construção da discursividade e da identidade voltou a atrair o interesse dos estudiosos. O tema alimentação/comida e suas relações com o entorno, o poder ou a dominação são estudados na perspectiva de uma visão mais materialista do social. Ganha espaço o materialismo cultural, buscando esclarecer os enigmas culturais relativos às preferências e às aversões alimentares. (ALMEIDA, 2017, p. 04)

Para a autora, a Geografia começa a se interessar por este assunto buscando a interseção entre o social, o ecológico e o cultural e que as ciências afins contribuem para a construção de reflexões e definições metodológicas e pontua “a dificuldade de classificar os atuais estudos em uma única abordagem, dada a hibridização explicativa adotada pelos estudiosos do tema.” (ALMEIDA, 2017, p. 03)

Embora o interesse pelos estudos de alimentação esteja em ascensão, a Geografia Cultural ainda carece de uma análise mais robusta desse tema. A maioria das investigações se concentra em elementos como território, identidade e paisagem, relegando a comida a um segundo plano. Este cenário evidencia uma lacuna significativa, uma vez que a alimentação é um componente essencial da cultura e das interações sociais.

A alimentação não deve ser vista apenas como uma prática diária, mas também como um reflexo de dinâmicas de poder e pertencimento. As escolhas alimentares e as tradições culinárias podem revelar muito sobre as relações sociais e as hierarquias dentro de uma comunidade. Assim, compreender a alimentação em um contexto geográfico permite uma análise das identidades culturais e das transformações sociais que ocorrem ao longo do tempo.

Portanto, é crucial que os estudiosos da Geografia Cultural ampliem suas investigações para incluir a alimentação como um tema central. Ao fazer isso, eles não apenas enriquecerão o campo de estudo, mas também contribuirão para um entendimento mais profundo das complexas interações entre cultura, espaço e sociedade. A comida, como prática e símbolo, merece um lugar de destaque nas discussões sobre a construção das identidades e das relações sociais no mundo contemporâneo.

“Alimentar-se, beber e comer: não há terreno de análise mais fascinante para os geógrafos.” (CLAVAL, 2007, p. 255). Com essa afirmação, Paul Claval inicia o décimo capítulo de sua obra *A Geografia Cultural*, originalmente publicada em 1995, intitulado “As relações do homem e do meio: a mediação alimentar”. Nesse capítulo, o autor explora a alimentação como um elemento fundamental na relação entre sociedade e espaço, destacando sua relevância para os estudos geográficos.

O autor faz referência a Goody (1989, p. 276) ao afirmar que “o gosto pela boa cozinha e a gastronomia é um dos signos das classes dominantes, desde a mais alta antiguidade no Egito, na China ou no mundo greco-romano.” Como francês, Claval menciona seu país em diversos momentos do capítulo, colocando-o como centro da análise. No entanto, ao fazer isso, ele acaba reproduzindo opiniões sem a devida análise crítica, como quando afirma que “toda cozinha pode ser reduzida a um número de preparações de base” (CLAVAL, 2007, p. 277), citando em seguida apenas técnicas clássicas francesas. Outra afirmação questionável ocorre quando ele declara que a cerveja “agrada consumidores que não receberam nenhuma educação do gosto” (*id.*, p. 285).

Ao abordar a América, Claval menciona o consumo de mandioca, peyote (cogumelo alucinógeno utilizado por certos povos no México) e utiliza um mapa de outra pesquisa sobre “estimulantes narcóticos nas práticas religiosas dos ameríndios antes dos contatos com os europeus” (*ibidem.*, p. 258), o que contribui para uma visão do continente reduzida ao exotismo estereotipado.

A Nova Geografia Cultural é uma vertente da Geografia que surgiu nas últimas décadas do século XX, com o objetivo de ampliar a compreensão sobre as relações entre cultura, identidade e espaço. Ao contrário das abordagens anteriores, que se concentravam principalmente em aspectos físicos e materiais do território, a Nova Geografia Cultural enfatiza as práticas culturais, as representações sociais e as formas de poder presentes nas dinâmicas espaciais.

Essa corrente teórica busca compreender como a cultura influencia e é influenciada pelas configurações territoriais, com especial atenção à construção de identidades, aos processos de globalização e às formas de resistência cultural.

A Nova Geografia Cultural também se interessa pelas questões sociais e políticas que envolvem a produção e reprodução do espaço, como a relação entre

cultura e capitalismo, além de destacar as tensões entre as tradições locais e as influências externas, como as provenientes de processos coloniais ou da modernização. Essa abordagem se caracteriza por um olhar crítico sobre as desigualdades culturais e espaciais, buscando entender como as diferentes práticas culturais podem se tornar formas de resistência ou de dominação.

A Nova Geografia Cultural desempenha um papel fundamental na análise das complexas interações entre alimentação e as dinâmicas do capitalismo contemporâneo. Distante das abordagens tradicionais, essa perspectiva se propõe a explorar as dimensões simbólicas e identitárias que envolvem os sistemas alimentares. A partir dessa abordagem, é possível compreender como as relações de poder, as estruturas de mercado e os processos de globalização moldam as práticas alimentares, revelando não apenas os hábitos, mas também os valores e as identidades culturais subjacentes.

O impacto do capitalismo na alimentação é evidente em várias esferas, desde a produção até o consumo. A industrialização dos alimentos e a homogeneização dos hábitos alimentares são fenômenos que ilustram como o mercado pode determinar o que é considerado alimento "valioso".

Cosgrove (2011, p. 119) fez importantes aportes sobre as questões classistas quando falamos em cultura e sociedade, argumentando que “na sociedade de classes, a cultura é o produto da experiência de classes”. Para o autor, a Nova Geografia Cultural tem como questão principal discutir as relações entre as culturas dominante (elite) e subordinada (popular) e a centralidade da cultura nos relacionamentos humanos (*id.*, p. 95), afirmando que “toda atividade humana é, ao mesmo tempo, material e simbólica, produção e comunicação” (*ibidem.*, p. 103).

Por este motivo, é necessário estar atento à produção simbólica que é apreendida como cultura hegemônica de classe a ser imposta para todas as outras. O autor utiliza um tomate como exemplo da transformação de um objeto natural em um objeto cultural, com significados.

O tomate, um objeto natural, é tirado do pé, é cortado e apresentado como alimento humano. O objeto natural tornou-se objeto cultural, foi-lhe atribuído um significado. O significado cultural é introduzido no objeto e também pode ligá-lo a outros objetos aparentemente não relacionados a ele na natureza. Dizer que o tomate é um produto cultural não significa que suas propriedades naturais estejam perdidas. Sua cor e peso estão inalterados, uma análise clínica

produziria os mesmos resultados antes ou depois do evento cultural. Mas foram acrescentadas a estas propriedades atributos culturais que podemos identificar e discutir (COSGROVE, 1998, p. 102 – 103)

Portanto, a Nova Geografia Cultural não apenas enriquece a análise da alimentação, mas também permite uma crítica mais profunda das estruturas sociais e econômicas que influenciam nossos hábitos alimentares. Ao considerar a influência midiática dos *chefs* e dos restaurantes de alta cozinha como um reflexo das disputas econômicas e sociais, essa abordagem oferece uma ferramenta valiosa para entender as complexidades do mundo contemporâneo, onde o que comemos está intrinsecamente ligado a questões de poder, identidade e desigualdade.

Conforme Smith (2021), a Nova Geografia Cultural inspirou-se na até então recente teoria pós-modernista e baseava-se nas reivindicações intelectuais de cunho marxista, focando nas questões de consumo – inerente à construção do sujeito. A partir de seus estudos, a Nova Geografia Cultural:

[...] insistia que a cultura, e não somente a economia, também era política. [...] a ênfase jaz no modo de consumo e no campo da cultura por meio do qual as imagens, diferenças sociais e ideias culturais eram consumidas. [...] o consumo se tornou cada vez mais conectado à questão da construção do sujeito. (SMITH, 2021, p. 337)

David Harvey, em sua obra *A Condição Pós-Moderna*, explora a transformação da sociedade contemporânea, destacando o impacto da era pós-moderna em diversos aspectos, incluindo as práticas culturais e os ambientes urbanos. No que diz respeito aos restaurantes, ele argumenta que essas instituições evoluíram para se tornarem mais do que meros locais de alimentação. Elas agora funcionam como espaços simbólicos que refletem questões de identidade, consumo e estética, onde a experiência gastronômica é profundamente entrelaçada com o status social dos indivíduos.

O autor enfatiza que, na pós-modernidade, os restaurantes se tornaram arenas de expressão cultural, onde a busca por diferenciação e exclusividade se tornou uma constante. O avanço do capitalismo globalizado trouxe consigo uma nova dinâmica nas práticas alimentares, muitas vezes apropriando-se de tradições e sabores locais de maneira superficial. Essa superficialidade é um reflexo das contradições da era, onde a autenticidade é frequentemente questionada e reconfigurada.

Nesse contexto, a gastronomia emerge como um microcosmo das tensões e complexidades da pós-modernidade. Os restaurantes, como espaços de consumo,

não apenas oferecem uma experiência culinária, mas também se tornam palcos para a construção de identidades e a expressão de status. Assim, a alimentação transcende sua função básica, revelando-se como um fenômeno cultural que encapsula as nuances e contradições da sociedade contemporânea. Nas palavras do autor:

A cozinha do mundo inteiro está presente atualmente num único lugar de maneira quase exatamente igual à da redução da complexidade geográfica do mundo a uma série de imagens numa estática tela de televisão. [...] A implicação geral é de que, por meio da experiência de tudo – comida, hábitos culinários, música, televisão, espetáculos e cinema –, hoje é possível vivenciar a geografia do mundo vicariamente, como um simulacro. O entrelaçamento de simulacros da vida diária reúne no mesmo espaço e no mesmo tempo diferentes mundos (de mercadorias). Mas ele o faz de tal modo que oculta de maneira quase perfeita quaisquer vestígios de origem, dos processos de trabalhos que o produziram ou das relações sociais implicadas em sua produção (HARVEY, 1993, p. 270 – 271)

A análise das premiações gastronômicas *The World's 50 best restaurants* e Guia Michelin Brasil revela que poucos estabelecimentos realmente se dedicam à promoção da Gastronomia brasileira. A maioria dos restaurantes tende a se especializar em cozinhas estrangeiras, como a italiana, francesa e japonesa. Essa tendência levanta questões sobre a identidade culinária do Brasil e a necessidade de uma valorização mais significativa dos ingredientes e tradições locais.

Nos últimos anos, muitos chefs têm se esforçado para destacar a origem dos ingredientes que utilizam em seus pratos, promovendo uma conexão com os produtores locais. No entanto, essa relação nem sempre se traduz em uma colaboração justa ou equitativa. Muitas vezes, essa abordagem serve apenas como uma estratégia de marketing para atrair clientes, sem que haja um compromisso real com a valorização dos produtos e dos agricultores que os cultivam.

Dois ingredientes foram recorrentes na análise dos cardápios dos restaurantes selecionados: a ostra e a baunilha, embora provenientes de ambientes completamente diferentes, são ingredientes que se destacam na gastronomia mundial por suas qualidades únicas e pela complexidade que trazem aos pratos. A ostra, com sua textura suave e sabor sutil, é um símbolo de requinte e frescor. Sua versatilidade permite que seja servida de várias maneiras e seu paladar é profundamente influenciado pelo ambiente onde é cultivada, refletindo o terroir de sua origem. Essa

conexão com a natureza e a tradição de consumo das ostras, que datam de tempos antigos, fazem delas um verdadeiro ícone da alta gastronomia.

Em contraste, a baunilha é uma especiaria que carrega consigo um processo de cultivo e extração meticuloso. Proveniente das vagens de uma orquídea, a baunilha exige polinização manual e um longo período de cura para que seu aroma e sabor se desenvolvam plenamente. Essa complexidade torna a baunilha uma das especiarias mais preciosas e desejadas, amplamente utilizada em sobremesas, bebidas e até pratos salgados, conferindo um toque especial e sofisticado.

Ambas as espécies possuem versões endêmicas que desempenham papéis significativos nos ecossistemas locais e nas práticas alimentares de diversas comunidades. A ostra do mangue, encontrada em várias regiões do litoral brasileiro, possui uma versão particularmente valorizada na comunidade Mandira, em Cananéia, no litoral sul de São Paulo. Essa ostra é cultivada em manguezais, que são ecossistemas altamente produtivos e ricos em biodiversidade, sendo um dos principais produtos extraídos de forma sustentável pela comunidade local.

A ostra é um molusco bivalve de corpo suculento e conchas bastante irregulares. A ostra do mangue (*Crassostrea brasiliana*) é nativa dos manguezais do Brasil e vive nas águas salobras dos estuários, fixas às raízes dos mangues. Também é conhecida como ostra de Cananeia por dois principais motivos: além de a região apresentar uma alta produtividade do molusco, com estoques bem conservados e qualidade da água propícia, foi em Cananeia que se passou a explorar a espécie para fins comerciais. Até então, o mercado só tinha aceitação para uma espécie exótica de ostra, a *Crassostrea gigas*. (SLOW FOOD, s.p.)

Durante as visitas técnicas na comunidade Mandira, foi evidente que, apesar do interesse crescente de restaurantes de alta cozinha em incorporar sabores tradicionais da culinária brasileira, a comunidade ainda carece de parcerias significativas com esses estabelecimentos. Essa desconexão não só impede que os produtos locais sejam valorizados, mas também levanta questões sobre a inclusão efetiva de saberes tradicionais nas práticas gastronômicas contemporâneas.

A ausência de colaboração entre a comunidade Mandira e os restaurantes de prestígio destaca uma lacuna crítica que pode ser explorada para promover um diálogo mais rico entre as tradições culinárias locais e as tendências do mercado. A valorização das ostras do mangue, um recurso natural abundante na região, poderia ser um ponto de partida para criar sinergias que beneficiem ambas as partes. Além

disso, essa interação poderia fomentar um maior reconhecimento das práticas sustentáveis e dos conhecimentos ancestrais que permeiam a cultura local.

Estabelecer parcerias entre a comunidade Mandira e os *chefs* não apenas impulsionaria o desenvolvimento econômico local, mas também contribuiria para a preservação de saberes e recursos naturais. A construção de relações mais justas e sustentáveis é essencial para garantir que as tradições culinárias não sejam apenas preservadas, mas também celebradas em um contexto mais amplo, promovendo uma gastronomia que respeite e valorize a riqueza cultural do Brasil. Durante a visita técnica, um entrevistado afirmou:

Assim acho que, na verdade eles se apropriam de um produto de comunidades e acaba é, como esses caras fazem, é o jeito deles infelizmente trabalhar e depois patenteia e diz que o produto é deles. Chef de cozinha renomado mesmo é difícil trabalhar com produto tradicional, porque a ostra do sul, o que eu vi lá na época, não tem pescador tradicional, eles trabalham direto com os grandes empresários de pesca, que se apropriaram também da ostra. [...] Ele disse assim: 'ah, a ostra do sul vem de avião'. A nossa não vai de avião, mas não comparo a nossa com a deles em qualidade, sabor, que nós trabalhamos com ostra nativa. A nossa não é ostra de outro país, é ostra nossa, brasileira. Então é, eu valorizo muito as coisas nacionais. Esses caras não, é dinheiro, valoriza o dinheiro. (ENTREVISTADO 1, 2022).

Já no cerrado, a baunilha, uma especiaria que possui uma conexão histórica com as práticas alimentares e culturais de diferentes povos da região, tem sido cada vez mais valorizada na gastronomia brasileira.

A baunilha do Cerrado (*Vanilla edwalli*), conhecida também como 'baunilha banana' possui raízes grossas e aéreas, sementes crustosas, sem asas, folhas ovais em forma de lança e de cor verde escura; suas flores são verdeamareladas geralmente isoladas nas axilas das folhas, e o fruto – a 'fava' da baunilha – mede de 20 a 25 cm de comprimento e tem o formato alongado; tem aroma rico, superfície oleosa e é suave no toque. Diferencia-se de outras *Vanilla* por causa dos caules delgados, labelo tribolado, elipsoide. De hábito terrestre, subindo nas árvores apoiada por raízes aéreas. Segundo populares, cresce mais em árvores frutíferas e em locais frescos próximos de água, como brejos. (SLOW FOOD, s.p.)

Diferentemente da comunidade Mandira, que ainda não estabeleceu parcerias com restaurantes de alta gastronomia, a comunidade Kalunga, localizada em Goiás, experimentou uma tentativa de colaboração com um *chef* renomado. Nesse caso, o objetivo era promover uma cadeia produtiva da baunilha do cerrado.

Em 2019, o site “De olho nos ruralistas – observatório do agronegócio no Brasil” divulgou uma reportagem intitulada “Alex Atala registra marcas da baunilha do cerrado, alimento tradicional dos quilombolas”, do jornalista Caio de Freitas Paes. O projeto “Baunilha do Cerrado” foi desenvolvido ao longo de dois anos (2016 – 2018) pelo Instituto ATÁ no território do Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga.

No entanto, apesar do interesse inicial, a colaboração esbarrou em desafios relacionados à sustentabilidade da parceria e à autonomia da comunidade. Esse episódio ilustra a complexa relação entre as comunidades tradicionais e o mercado da alta cozinha, onde as intenções de valorização da sociobiodiversidade nem sempre se traduzem em uma colaboração genuína e sustentável, refletindo tensões entre autenticidade cultural e demandas comerciais. De acordo com um entrevistado na comunidade:

A questão da baunilha, como a gente não tinha montado essa estratégia de ouvir a pessoa primeiro antes de entrar pra realizar o projeto, pra realizar a pesquisa, é que aconteceu tudo isso que aconteceu com a baunilha e às vezes assim a gente tem um problema, talvez não é problema, mas já foi problema e se a gente não tiver cuidado continua sendo problema. É que nem todas as populações das outras comunidades têm o olhar que alguma comunidade, tem de olhar o que é bom e o que é ruim, foi o que aconteceu na questão da baunilha. (ENTREVISTADO 2, 2022)

A importância de uma abordagem sensível e respeitosa ao trabalhar com comunidades tradicionais não pode ser subestimada. A integração de práticas culturais e recursos naturais requer uma compreensão profunda das dinâmicas locais. Sem uma estratégia que priorize o diálogo e a escuta ativa, projetos podem enfrentar sérios desafios, como evidenciado na experiência com a baunilha. A falta de comunicação pode resultar em mal-entendidos que comprometem a autenticidade e a sustentabilidade das parcerias.

O envolvimento com comunidades tradicionais deve ser guiado por uma perspectiva que valorize suas visões e conhecimentos. É crucial reconhecer o que essas comunidades consideram benéfico ou prejudicial, respeitando suas práticas e tradições. Ignorar esses aspectos pode levar à repetição de erros do passado, onde a relação entre populações locais e o mercado gastronômico foi marcada por conflitos e exploração. A construção de uma relação de confiança e respeito mútuo é essencial para o sucesso de qualquer projeto.

Portanto, o cuidado em ouvir e dialogar com as comunidades é fundamental. Entender suas necessidades e limites não apenas enriquece o projeto, mas também promove um ambiente de colaboração que beneficia ambas as partes. A alta cozinha, ao integrar esses saberes, pode se tornar mais do que uma mera experiência culinária; pode se transformar em uma celebração da diversidade cultural e um modelo de desenvolvimento sustentável que respeita as pessoas, tradições e o meio ambiente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão sobre alimentação é um campo fértil para a pesquisa e o debate, refletindo a complexidade das sociedades contemporâneas. A intersecção entre o que comemos e quem somos é um tema que continua a evoluir, revelando novas camadas de significado. À medida que enfrentamos desafios globais, como a segurança alimentar e as questões ambientais, a forma como nos alimentamos e o que isso representa para nós se torna ainda mais relevante, exigindo uma reflexão contínua sobre nossos hábitos e suas implicações para o futuro.

Muitas vezes, as comunidades não são adequadamente compensadas pelo uso de seus ingredientes. Portanto, é imprescindível investigar como os benefícios dessa valorização podem ser distribuídos de maneira justa, garantindo que as comunidades tenham voz ativa nas decisões que afetam suas culturas e modos de vida.

As duas espécies endêmicas não apenas possuem uma importância cultural e econômica para as comunidades locais, mas também são símbolos de resistência e preservação dos saberes tradicionais e dos recursos naturais do Brasil. A utilização desses ingredientes na gastronomia moderna, particularmente em restaurantes de alta culinária, tem gerado debates sobre a apropriação e valorização autêntica desses produtos, ao mesmo tempo em que destacam a necessidade de práticas alimentares sustentáveis e conscientes.

Para promover um modelo mais justo e ético, é essencial estabelecer parcerias reais entre chefs e comunidades tradicionais. Isso implica em um diálogo aberto, onde o respeito mútuo e a troca equitativa de conhecimentos são priorizados. A valorização da sociobiodiversidade deve ser acompanhada de ações concretas que garantam a inclusão das comunidades no processo criativo, assegurando que os benefícios

gerados pela alta gastronomia sejam compartilhados de maneira justa. Somente assim poderemos avançar em direção a uma alta cozinha que não apenas celebra a riqueza cultural do Brasil, mas também respeita e eleva aqueles que a sustentam.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. G. de. Para além das crenças sobre alimentos, comidas e sabores da natureza. **Mercator**, Fortaleza, v. 16, p. 1-13, 2017.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Plano Nacional da Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade**. Brasília, DF, 2009. Disponível em: <https://bibliotecadigital.economia.gov.br/bitstream/123456789/1024/1/Plano%20Sociobiodiversidade.pdf> Acesso em 15 fev. 2025
- CLAVAL, P. **A Geografia Cultural**. Florianópolis: EDUSC, 2007.
- COSGROVE, D. E. A Geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. IN: CORRÊA, R. L. & ROSENDAHL, Z. (orgs.). **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1998.
- COSGROVE, D. E. Em direção a uma Geografia cultural radical: problemas na teoria. IN: CORRÊA; R. L.; ROSENDAHL, Z. (org.). **Introdução à geografia cultural**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011. p. 103-134.
Artigo
- GOODY, J. Identité culturelle et cuisine internationale. **Autrement**, nº 108, p. 98-101, 1989.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.
- LEONEL, M. Bio-sociodiversidade: preservação e mercado. **Estudos avançados**. São Paulo, v. 14, n. 38, p. 321-346, 2000.
- OVIEDO, A. F. P; DOBLAS, J. **As florestas precisam das pessoas**. Nota técnica. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2022. Disponível em: <https://acervo.socioambiental.org/sites/default/files/documents/m9d00064.pdf> Acesso em 15 fev. 2025
- PAES, C. F. **Alex Atala registra marcas da baunilha do Cerrado, alimento tradicional dos quilombolas**. De olho nos ruralistas. Disponível em: <https://deolhonosruralistas.com.br/2019/07/17/instituto-de-alex-atala-registra-marcas-da-baunilha-do-cerrado-alimento-tradicional-dos-quilombolas> Acesso em 28 ago. 2019.
- SLOW FOOD. *Baunilha do Cerrado*. [S. l.: s. n.], [s. d.]. Disponível em: https://slowfoodbrasil.org.br/arca_do_gosto/baunilha-do-cerrado/. Acesso em: 15 fev. 2025.

SLOW FOOD. *Ostra de Cananeia*. [S. l.: s. n.], [s. d.]. Disponível em: https://slowfoodbrasil.org.br/arca_do_gosto/ostra-de-cananeia/. Acesso em: 15 fev. 2025.

SMITH, N. A diversão da cultura: a política da geografia cultural. **Revista GEOgrafias**, v. 17, n. 1, p. 331-347, jan./jun. 2021. Dossiê de traduções: Neil Smith e a história da Geografia anglo-saxã.

WOORTMANN, E. F. A comida como linguagem. **Habitus**, Goiânia, v. 11, n.1, p. 5-17, jan.- jun. 2013