

Gastronomia e alimentos da sociobiodiversidade: uma análise a partir da eticização da estética

Gastronomy and sociobiodiversity food: on analysis through eticização da aesthetic approach

Gastronomía y alimentos de la sociobiodiversidad: un análisis desde la ética de la estética

Bruna Gewehr | brunagew@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1020-3982>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil

Gabriela Peixoto Coelho-de-Souza | gabrielacoelho.ufrgs@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-7652-9475>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil



Recebimento do artigo: 08-junho-2021

Aceite: 16-julho-2022

GEWEHR, B. e COELHO-DE-SOUZA, G. P. Gastronomia e alimentos da sociobiodiversidade: uma análise a partir da eticização da estética. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 2 n. 1, p. 113-130, jun. 2022.

RESUMO

Alimentos da sociobiodiversidade são definidos como produtos e serviços que colaboram com a diversidade biológica, cultural e justiça social dos territórios. Têm sido cada vez mais inseridos em iniciativas gastronômicas, que, à luz da ética na alimentação, pode ser entendida como parceiras que promovem e valorizam esses alimentos. Por outro lado, o processo de estetização dos produtos da sociobiodiversidade que ocorre na gastronomia parece não corresponder a anseios éticos, tornando-os coadjuvantes frente aos atores da gastronomia que detêm o reconhecimento e prestígio. Nesse contexto, o presente ensaio tem como objetivo discutir a utilização de alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia. A partir dos casos problematizados, percebe-se que, de modo geral, a gastronomia pode ser parceira para estratégias de promoção desses alimentos, embora os processos de gastronomização, gastronomia e gourmetização aconteçam na gastronomia contemporânea. Parece possível inferir que a eticização da estética está presente nos processos de inserção de alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia. Sendo assim, iniciativas da gastronomia são permeadas tanto pela ética, quanto, pela estética.

Palavras-chave: Gastronomia; Culinária, Espécies Nativas, Circuitos gastronômicos, Chefs;

ABSTRACT

Sociobiodiversity foods are defined as products and services that collaborate with the biological, cultural, and social justice diversity of the territories. They have been increasingly included in gastronomic initiatives, which, in the light of food ethics, can be understood as partners that promote and value these foods. On the other hand, the process of aestheticization of sociobiodiversity products that occurs in gastronomy does not seem to correspond to ethical concerns, making them supporting actors in the face of gastronomy actors that possess recognition and prestige. In this context, this essay aims to discuss the use of socio-biodiversity foods in gastronomy. From the cases discussed, it is possible, in general, to affirm that gastronomy could be a partner in these food's strengthening strategies, although "gastronomization", "gastronomia" and gourmetization process have been present in contemporary gastronomy. It seems possible to infer that the ethicalization of esthetics is present in the process that places sociobiodiversity foods in gastronomy. Thus, gastronomy initiatives are permeated both by ethics and aesthetics.

Keywords: Gastronomy; Culinary, Native species, Gastronomic circuits, Chefs;

RESUMEN

Alimentos de la sociobiodiversidad se definen como productos y servicios que colaboran con la diversidad biológica, cultural y de justicia social de los territorios. Se han incluido cada vez más en iniciativas gastronómicas que, a la luz de la ética alimentaria, son agentes de promoción y valorización de estos alimentos. Por otro lado, el proceso de estetización de los productos de la sociobiodiversidad que se da en la gastronomía no parece corresponder a preocupaciones éticas, convirtiéndolos en actores secundarios frente a los actores de la gastronomía que poseen reconocimiento y prestigio. En este contexto, este ensayo tiene como objetivo discutir el uso de los alimentos de la sociobiodiversidad en la gastronomía. A partir de los casos discutidos, es posible, afirmar que la gastronomía podría ser socia en las estrategias de

fortalecimiento, aunque la “gastronomização”, la “gastronomía” y el proceso de gourmetización han estado presentes. Parece posible inferir que la ética de la estética está presente en el proceso de ubicación de los alimentos de la sociobiodiversidad en la gastronomía. Así, las iniciativas gastronómicas están permeadas tanto por la ética como por la estética.

Palabras claves: Gastronomía; Especies autóctonas, Circuitos gastronómicos, Chefs;

INTRODUÇÃO

Alimentos vêm ganhando centralidade nas discussões teóricas e empíricas (BARBOSA, 2016). Essa centralidade parece ter relação com a recente evidência da gastronomia em mídias diversas, como programas televisivos, redes sociais e livros sobre o tema (BUENO, 2014; JACOB, 2012). O *boom* gastronômico percebido nos últimos anos foi provocado, em grande medida, pela gastronomização, definida como uma ressignificação da alimentação na qual consumidores migram da ideia de se alimentar pela necessidade de macronutrientes, para um entendimento de que o ato de comer é uma experiência de prazer e de convívio social (BARBOSA, 2009; 2016). A partir disso, o interesse pela alimentação tem influenciado a crescente atenção à gastronomia e vice-versa.

Esses fenômenos combinados têm colocado em evidência *chefs*, restaurantes e circuitos gastronômicos específicos. A figura do *chef* tem ganhado cada vez mais destaque, se tornando um formador de opinião (ZANETI, 2017). A espetacularização da comida, principalmente em *reality shows*, vai além do ato de cozinhar, deixando, por vezes, a comida em si com o lugar de coadjuvante, movendo os *chefs* ao centro do espetáculo (LAVINAS, 2015). *Chefs* esses que se destacam por fazerem parte de um circuito gastronômico elitizado chamado “alta gastronomia”.

Também nomeada de “cozinha culta”, a alta gastronomia fez parte de um processo civilizador na França do século XVII no qual receitas e saberes orais foram registrados e codificados se tornando a gênese do arcabouço teórico do campo gastronômico. Por esse motivo, há um entendimento de separação entre as cozinhas regionais e “alta gastronomia”, entendendo esta última como uma técnica artística (BUENO, 2016). O alimento, então, sofre um processo de gourmetização (ZANETI, 2017), no qual, a partir do *chef*, passa a ter mais valor. O alimento, portanto, migra de uma função biológica para uma função estética através do *chef* que o reveste de arte (BRAUNE, 2007). Essa ideia reforça o conceito da gastronomia vinculado à estetização e à espetacularização do comer (RAMIRO; MOREIRA; RIBEIRO, 2019; LAVINAS, 2015).

As tendências percebidas no cenário gastronômico contemporâneo indicam que há busca por alimentos locais, dos quais se sabe a procedência, alimentos de cadeias de valor, alimentos orgânicos e agroecológicos, e de cadeias de comércio justo e da agricultura familiar (ZANETI; SCHNEIDER, 2016). Buscam-se também alimentos com qualidades específicas, com potencial sensorial diferente dos alimentos ofertados por grandes indústrias e alimentos com vínculos socioculturais (BARBOSA, 2009; 2016). Essas tendências parecem se relacionar com a centralidade e protagonismo do alimento na contemporaneidade calcados, principalmente, no campo da ética, no qual os alimentos são centro de uma discussão sobre as implicações do

sistema alimentar atual. Nessa perspectiva, o debate em torno dos alimentos vai além do gosto, enfocando questões ambientais, sociais, políticas, econômicas, morais dentre outras tensões no campo alimentar (BARBOSA, 2016).

Nessa esteira, produtos da sociobiodiversidade vêm ganhando destaque em circuitos gastronômicos, pois, são bens e serviços que colaboram com proteção e valorizam da biodiversidade, bem como, diversidade cultural presentes nos diferentes biomas brasileiros (Ramos; Longhi; Martins, 2019). Não raro, esses alimentos vêm sendo encontrados, especialmente, em restaurantes do circuito da “alta gastronomia”, conforme se observa nos menus dos restaurantes mais premiados na lista da revista *The Restaurant* e no circuito *Michelin*, importantes prêmios do setor. Além da inclusão dos ingredientes, muitos desses restaurantes vêm apresentando um resgate de técnicas associadas a culturas alimentares específicas dos territórios nos quais estão inseridos, “renovando-as” ou “aprimorando-as” em pratos contemporâneos (ZANETI, 2015; BRITO; COSTA, 2018; GREGÓRIO, 2021; BARBOSA, 2016; BUENO, 2016).

Ao passo em que se observa um forte conceito da gastronomia vinculado à estetização e à espetacularização do comer (RAMIRO; MOREIRA; RIBEIRO, 2019; LAVINAS, 2015), percebe-se inserção de alimentos da sociobiodiversidade em circuitos gastronômicos, relacionados a ética no comer (BARBOSA, 2016). Nesse contexto, esses alimentos parecem ser espetacularizados em restaurantes elitizados ganhando valor e despertando desejo em consumidores ao mesmo tempo em que são defendidos com um discurso ético relacionado às cadeias produtivas envolvidas na produção desses alimentos.

Como consequências desse fenômeno, tem-se, por um lado, que restaurantes da alta gastronomia vem se tornando um mercado e abrindo frentes de comercialização para agricultores familiares (ZANETI, 2017) e para alimentos da sociobiodiversidade. Nessa perspectiva, a gastronomia parece poder contribuir para os processos de (re)localização alimentar, sendo um potencial aliado para a criação dos novos mercados “alternativos” (ZANETI; SCHNEIDER, 2016). Por outro lado, o interesse gerado pelos alimentos da sociobiodiversidade parece aumentar o valor de mercado desses alimentos, especialmente, pelo processo de gourmetização observado nesses circuitos (ZANETI, 2017). Nesse aspecto, a estetização do comer (BARBOSA, 2016) pela gastronomia cria uma barreira de acesso, endossando a elitização dos produtos da sociobiodiversidade.

Para além dos circuitos gastronômicos, a sociobiodiversidade também vem encontrando a gastronomia em outras frentes. Ações educativas e materiais sobre o tema vem sendo publicados com frequência (MELO; ZANETI, 2021; SANTIAGO; CORADIN, 2018; ASSAN CÍRCULO de REFERÊNCIA, 2021). Além disso, a técnica gastronômica vem se mostrando aliada na manipulação desses alimentos em iniciativas de agricultores (TEIA AGROECOLÓGICA, 2019) e de pesquisas em universidades (SANTIAGO e CORADIN, 2018) facilitando o uso e o consumo desses alimentos.

À luz do amplo cenário gastronômico apresentado, cabe-se perguntar se a gastronomia tem potencial para contribuir com a cadeia de produtos da sociobiodiversidade e, se nesse processo, predominam modelos éticos ou estéticos. A partir desse contexto, o presente ensaio tem como objetivo discutir a estetização e a ética na inserção de alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia. Para isso, primeiramente, discutir-se-á aspectos da gastronomia contemporânea e sua conceituação. Então, será analisada sua relação com alimentos da sociobiodiversidade no Brasil. Após, discutir-se-á a perspectiva da visibilidade do

alimento embasado na estetização do comer e a centralidade dos alimentos focado na ética, para, por fim, analisar os alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia através dos conceitos de ética e estética pensando as contribuições da gastronomia para valorização e fortalecimento de alimentos da sociobiodiversidade.

GASTRONOMIA: BUSCANDO UM CONCEITO CONTEMPORÂNEO

A discussão em torno de um conceito de gastronomia é complexo e vem instigando diversos pesquisadores no Brasil (FERRO, 2021). Talvez um dos primeiros autores a se arriscar nessa tarefa foi Brillat-Savarin (1995) o qual define gastronomia como o conhecimento fundamentado acerca de tudo o que o homem se alimenta. Nessa ideia, muitos autores entendem a gastronomia como um amplo campo que compreende ao ato de se alimentar (ROCHA, 2015). Contudo, o berço gastronômico não é amplo. Na história da gastronomia o conceito do requinte, sofisticação e elitização sempre estiveram presentes (BRAUNE, 2007). A própria gênese da gastronomia como campo científico nasce em um movimento civilizatório discriminante em que, na França do século XVII, saberes das cozinhas regionais foram registrados e codificados em um conjunto de técnicas e regras reconhecidos até os dias atuais como fundantes da escola de gastronomia (BUENO, 2016).

Esse movimento separou o ambiente culinário em cozinhas locais, com seus ingredientes e saberes, e cozinha profissional, designada como alta gastronomia ou gastronomia culta, entendida como uma culinária internacional e padronizada (BUENO, 2016). A partir dessa mudança, a gastronomia parece ser cada vez mais entendida como arte de se alimentar ordenadamente buscando prazer (AMICH-GALÍ, 2007), ou ainda, ao campo que se dedica a estudar as possíveis experiências estéticas que as cozinhas podem proporcionar aos indivíduos (FERRO, 2017). É um trabalho que conecta comensais com seu próprio gosto e experiência de prazer que para além de nutrir, diverte (DÓRIA, 2021). Nessa ideia, a alta gastronomia é aproximada a esfera artística na qual profissionais, a exemplo de artesãos, moldam a matéria prima, os ingredientes, de modo que sua função biológica fique em segundo plano, dando espaço à estética da arte gastronômica se sobressair (BRAUNE, 2007). Em essência, gastronomia é um discurso sobre o bem comer que nos faz buscar nos alimentos algo além de saciar a fome, uma utopia ética e estética (DÓRIA, 2021, p. 13).

O conceito de gastronomia, portanto, até os dias atuais, se sobrepõe a ideia de alta gastronomia. A partir do século XIX, o restaurante se consolidou como principal meio de difusão de uma cultura gastronômica, e essa cultura era tanto expressada quanto reconhecida a partir dos salões de restaurantes especializados da gastronomia culta (BUENO, 2016). A crítica gastronômica, com a ideia de *gourmets* jornalísticos que avaliam produtos dessa gastronomia (BRAUNE, 2007) e, mais tarde, os guias, competições e rankings, como o anual elaborado pela revista *The Restaurant*, tornam-se elementos chaves para o destaque de *chefs* e restaurantes da alta gastronomia (ZANETI, 2015).

Ao encontro disso, Jacob (2012) escreve que a gastronomia depende da comunicação para existir. O restaurante, o *chef*, o menu, o prato, ou o elemento que for, deve “anunciar” que pertence à gastronomia, caso contrário, pertence apenas à culinária. Isso porque, de acordo com a autora, é necessário o aparato da comunicação, seja na forma de rankings, seja na forma de críticos, para que um restaurante ou *chef* seja considerado parte da gastronomia. Nesse

sentido, uma mídia especializada sobre ela, ou, uma gastronomía, é mandatório (JACOB, 2012).

No Brasil, circuitos gastronômicos da alta gastronomia ganham destaque a partir dos anos 1990 impulsionados pela primeira geração de *chefs* brasileiros. Esses circuitos trazem a gastronomia como oposta às cozinhas regionais e tradicionais brasileiras e deixam em segundo plano ingredientes nativos e saberes locais, restringindo-os, sobretudo, ao ambiente doméstico (BUENO, 2016). Acontece um “afrancesamento” da culinária brasileira (DÓRIA, 2021). A alta gastronomia, portanto, é formada por e para um nicho específico de consumidores. Elites e *chefs* com fama e prestígio em circuitos gastronômicos específicos são a receita dessa esfera gastronômica que pode chegar a cobrar 600% a mais no preço de um prato em relação a restaurantes fora desse circuito (ZANETI, 2017; 2015). Entende-se, portanto, que a gastronomia é sinônimo de circuitos gastronômicos cultos e específicos que necessitam de um aparato midiático para existir.

Na atualidade, a gastronomia vem ganhando mais espaço em programas televisivos, redes sociais e plataformas de criação de conteúdo (BUENO, 2014; LAVINAS, 2015). Nessa gastronomía (BUENO, 2012), chama atenção o processo de espetacularização do comer. Essa espetacularização é impulsionada, principalmente, por programas televisivos contemporâneos que apresentam uma recente mudança em seu formato: uma migração de um modelo de programa “cozinha de vó”, associado às cozinhas locais, para um de espetacularização da comida, associado à alta gastronomia. Para além do ato de cozinhar, são pauta desses programas um conjunto de regras e condutas determinado pelos *chefs de cuisine* que deve ser seguido perante a comida e ao ambiente da cozinha (LAVINAS, 2015).

Esses *chefs*, que vem ganhando destaque por fazerem parte da cozinha culta, colecionam prêmios importantes do setor e ganham fama e prestígio. Por esse motivo, tornam-se uma influência importante relacionada à gastronomia (ZANETI, 2017). Um estudo sobre mecanismos que provocam mudanças conceituais na alta gastronomia indicou que reputação do autor é decisiva para o lançamento de inovações na área. A nova técnica, composição ou tendência é julgada como boa ou ruim a partir da reputação de seu autor e não, necessariamente, a partir de um julgamento da inovação em si (SVEJENOVA; MAZZA; PLANELLAS, 2007). Além disso, a figura do *chef* é uma referência que guia a avaliação dos bens de consumo na alimentação contemporânea (ZANETI, 2017). Por meio dele, o alimento é transformado e revestido de arte, o que faz com que sua função estética se sobressaia a sua função biológica (BRAUNE, 2007). Por esse motivo, um alimento passa a ter mais valor ao passar pelas mãos de um *chef* da alta gastronomia. Em outras palavras, ele passa por um processo de gourmetização que o faz pertencer à gastronomia culta e se tornar um bem distinto com valor agregado (ZANETI, 2017).

Contudo, para além do entendimento de restauração, a gastronomia vem sendo discutida como um campo de pesquisa (FERRO, 2021). Essa mudança de paradigma sobre a área tem ligação com alguns importantes movimentos observados na alimentação. O surgimento *Slow Food*¹ na Itália em 1986 foi um início para a discussão sobre a relevância da gastronomia para a sustentabilidade. A partir da conscientização da alimentação apoiada no conceito de ecogastronomia, o movimento trouxe à tona a discussão sobre o papel da gastronomia como área do saber, mas, também, como parte de uma cadeia alimentar

¹ Hoje o movimento conta com mais de 100 mil associados e atua em âmbito internacional. Disponível em <http://www.slowfoodbrasil.com/>.

complexa (BUENO, 2016). Os cursos em gastronomia, cada vez mais populares e concorridos no Brasil, também vêm contribuindo com essa perspectiva (ROCHA, 2016; RUBIM; REJOWSKI, 2013). Mais recentemente, a criação do primeiro mestrado na área dá corpo a mudança de paradigma (FERRO, 2021).

Não se pode contestar que a técnica da transformação que ocorre dentro do ambiente culinário é a base da gastronomia. Contudo, observa-se que essa visão restrita à alta gastronomia e circuitos gastronômicos é insuficiente para uma conceituação de gastronomia. Essa área do saber, trata a alimentação não apenas a partir do aspecto bioquímico, da transformação molecular, mas, considera os aspectos sensoriais, como o paladar, e se relaciona a aspectos socioculturais (ROCHA, 2015). As cozinhas locais não se resumem apenas a receitas partilhadas, mas, a dimensões invisíveis como tabus alimentares, técnicas de utilização de ingredientes, ideais sobre valoração de alimentos, construção de sabores, entre outros (DÓRIA, 2021). Nesse sentido, a construção social do gosto, o prazer, o contexto econômico, geográfico e os elementos biológicos são postos lado a lado como parâmetros para avaliar a alimentação no campo gastronômico (ROCHA, 2015).

A partir desse entendimento, o conceito de gastronomia estaria relacionado não apenas aos chefs e restaurantes, mas, ao estudo do bem imaterial da cultura que abrange a trajetória dos ingredientes ao longo de todo processo de produção, distribuição, transformação, consumo e descarte, considerando transformações simbólicas e relações estabelecidas entre os atores e ingredientes no decorrer deste trajeto (ZANETI, 2017). E é com base nesse conceito amplo que abrange os restaurantes da alta gastronomia sem abandonar o campo científico, que este artigo pretende desenvolver uma discussão sobre os alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia.

ALIMENTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE NA GASTRONOMIA CONTEMPORÂNEA

A principal tendência em circuitos gastronômicos é a valorização dos ingredientes nativos, artesanais e saber fazer locais, e o consumo de produtos orgânicos e sustentáveis (ZANETI; SCHNEIDER, 2016). Nessa esteira, produtos da sociobiodiversidade vêm dando as caras. Isso porque, a sociobiodiversidade se refere a produtos, bens e serviços que colaboram com a conservação e valorização da biodiversidade, bem como, diversidade cultural presentes nos diferentes biomas brasileiros (RAMOS; LONGHI; MARTINS, 2019). Portanto, alimentos da sociobiodiversidade são frutas nativas, plantas alimentícias não convencionais, produtos do extrativismo e da agricultura familiar e alimentos tradicionais e artesanais produzidos de forma a contribuir para sistemas sustentáveis que respeitem a diversidade cultural presentes nos diferentes biomas brasileiros.

Tomando o conceito gastronômico amplo, observa-se que alimentos da sociobiodiversidade vêm tendo relação com a gastronomia em diferentes aspectos. Para analisá-los neste artigo, criou-se três dimensões dessas iniciativas com a gastronomia: a) inserção em menus de restaurantes da alta gastronomia, b) inovação através das técnicas gastronômicas e c) educação cultural gastronômica. A partir dessas dimensões, nas sessões a seguir será discutida a inserção dos alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia.

Alimentos da sociobiodiversidade em menus de restaurantes da alta gastronomia

Na primeira dimensão, alimentos da sociobiodiversidade parecem ter destaque em menus de restaurantes da alta gastronomia – caracterizada como um nicho no setor gastronômico no qual restaurantes sofisticados e *chefs* renomados produzem experiências extravagantes para consumidores elitizados (ZANETI, 2015). Esses *chefs* premiados com espaço na mídia vem privilegiando cardápios com esses alimentos e agregando bastante valor a eles. Um exemplo é a *chef* Helena Rizzo, ganhadora do prêmio de melhor *Chef* mulher pela revista *The Restaurant* em 2014, ganhadora de uma estrela *Michelin* e integrante de alguns *reality shows* na televisão brasileira, como *The Taste Brasil* e *MasterChef Brasil* (GREGÓRIO, 2021).

A *chef* está a frente do restaurante Maní que prima por “uma cozinha de produto, priorizando sempre que possível, o cultivo orgânico e de pequenos produtores rurais”². O restaurante localiza-se em bairro nobre de São Paulo e atualmente oferta *kits* de refeições para quatro pessoas com preços entre 350,00 e 640,00 reais cada³. No menu do restaurante, ingredientes da sociobiodiversidade brasileira como castanha-do-pará, palmito de pupunha e azeite de dendê, são destaque junto com pratos da cultura alimentar brasileira como peixe caçara, bobó de camarão e dadinho de tapioca.

Outro importante exemplo no Brasil é o *chef* Alex Atala, eleito *chef* do ano no *Chefs Choice Award*⁴ em 2014. Alex comanda há vinte anos o Restaurante D.O.M. localizado também em um bairro nobre de São Paulo, que possui duas estrelas *Michelin* e está desde 2011 entre os melhores restaurantes na lista da revista *The Restaurant* (BRITO; COSTA, 2018). O premiado restaurante prioriza alimentos da sociobiodiversidade no cardápio e revisita técnicas tradicionais da cultura alimentar brasileira em suas preparações. Cabe ressaltar que a proposta do restaurante foi bastante inovadora no Brasil e inspirou circuitos gastronômicos a valorizarem alimentos da biodiversidade brasileira nos anos 2000 (BRITO; COSTA, 2018). Conforme divulgação em seu *site*⁵:

Criado em uma época na qual havia pouco conhecimento sobre os sabores do Brasil, o D.O.M. nasceu projeto e hoje é realidade. Uma realidade genuína que reverbera por todo o mundo difundindo ingredientes como açaí, jambu e tucupi. Não por imodéstia... por missão. [...]sua mensagem é sintática e pungente: sair da zona de conforto e propor uma nova experiência gastronômica, resgatando os sabores mais autênticos da cozinha brasileira sob um olhar contemporâneo.

Outro envolvimento do *chef* é o instituto ATA que, conforme publicizado em seu *site*, “realiza um trabalho de pesquisa, valorização e preservação de alimentos autóctones desde 2013 com o objetivo de aprofundar a relação entre o homem e o alimento”⁶. Recentemente, o instituto foi alvo de polêmicas envolvendo a apropriação de recursos e propriedade intelectual de uma comunidade tradicional com a qual desenvolveu projetos. Entre 2016 e 2018, o instituto iniciou um projeto social na comunidade Kalunga Vão de Almas com o apoio de uma instituição financeira (PAES, 2019). O objetivo do projeto era a promoção do desenvolvimento social e a geração de renda para famílias da comunidade. Para isso, pretendia levar ações de capacitação

² Retirado de: <http://www.manimanioca.com.br>.

³ Retirado de: <https://www.maniocapravear.com.br/todosmanioca>.

⁴ Categoria da premiação anual da revista *Restaurant* na qual os *chefs* elegem o melhor do ano.

⁵ Retirado de: <http://domrestaurante.com.br/pt-br/sobre.html>.

⁶ Retirado de: <http://www.institutoata.org.br/pt-br/projeto-baunilha-do-cerrado.php>.

e melhoria da técnica utilizada no cultivo e comercialização da baunilha do cerrado à comunidade, ampliando o acesso ao produto da sociobiodiversidade em mercados (BRUMANO, 2019). Contudo, o instituto patenteou a marca “baunilha cerrado”, nome pelo qual o produto da sociobiodiversidade era conhecido e comercializado pela comunidade Kalunga, restringindo apenas ao instituto o uso da marca para beneficiamento de alimentos e assessoria, consultoria e concessão de informações sobre pesquisas no campo de agricultura. Embora o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) não tenha autorizado o uso para comercialização de produtos alimentícios, os registros foram realizados sem autorização nem aviso prévio à comunidade, que além de cultivar a espécie há anos no país, detém os conhecimentos sobre seu uso e manejo (PAES, 2019; BRUMANO, 2019). Esse processo de apropriação será discutido adiante, contudo, o que cabe ressaltar, por ora, é a utilização de produtos da sociobiodiversidade brasileira em restaurantes da alta gastronomia ofertados com grande valor agregado e sua presença nos discursos de *chefs* desses circuitos.

Alimentos da sociobiodiversidade e inovação através das técnicas gastronômicas

A segunda dimensão da inovação de produtos por meio das técnicas gastronômicas pode ser observada no crescente número de publicações sobre gastronomia. Programas televisivos, mídias diversas e livros sobre o tema são cada vez mais populares (JACOB, 2012; LAVINES, 2015). Essa gastronomia (JACOB, 2012) ganhou proporções inéditas no Brasil, se tornando uma das frentes com maior visibilidade da alimentação (BARBOSA, 2016). Embora pesquisas recentes apontem que a produção de conteúdo sobre gastronomia não leva ao efetivo ato de cozinhar, sabe-se que elas influenciam as compras de alimentos e de utensílios domésticos, sendo, portanto, elemento importante na dinâmica do sistema alimentar contemporâneo (RAMIRO; MOREIRA; RIBEIRO, 2019).

Nessas publicações gastronômicas, alimentos da sociobiodiversidade, como frutas nativas, tem se destacado. No Brasil, ações no âmbito do Ministério do Meio Ambiente com intuito de preservar essas espécies tem chamado atenção. O maior exemplo é a publicação do projeto internacional Biodiversidade para Alimentação e Nutrição (BFN)⁷ que desenvolveu no Brasil trabalho de promoção do uso sustentável de espécies nativas em parceria com universidades e institutos, catalogando espécies e pesquisando seu potencial nutricional e gastronômico. A publicação chamada “Biodiversidade Brasileira: sabores e aromas” traz receitas com produtos da sociobiodiversidade desenvolvidas no âmbito do projeto. O intuito do livro foi destacar a utilização desses alimentos da sociobiodiversidade em preparações para que a população possa reproduzir as receitas e incorporá-los a sua alimentação (SANTIAGO; CORADIN, 2018).

Nesse exemplo, o que se propõe ressaltar é a inovação de produtos por meio das técnicas gastronômicas com fim de utilizar os ingredientes nativos que são, em grande parte, desconhecidos ou esquecidos pela população em geral. É importante que a dimensão observada aqui não é a publicação em si, mas, a técnica gastronômica que impulsiona o desenvolvimento das receitas publicadas.

Nessa ideia de inovação de produtos através das técnicas gastronômicas, cita-se também a iniciativa “Encontro de sabores”. Criada em 2007 por famílias produtoras de frutas

⁷ O projeto internacional desenvolveu, no âmbito dessa ação, trabalho no Brasil, Kenya, Sri Lanka e Turquia com objetivo de “Fortalecer a conservação e o uso sustentável da agrobiodiversidade por meio de ações transversais que englobem programas e estratégias nacionais e globais voltadas à segurança alimentar e nutricional.” (BFN, 2019).

nativas da Cadeia Solidária das Frutas Nativas (CSFN) e da Rede Ecovida de Agroecologia no Rio Grande do Sul em parceria com o Centro de Tecnologias Alternativas e Populares (CETAP), a ação tem como objetivo: “valorizar os sabores da biodiversidade da Mata Atlântica do Sul do país, promovendo o consumo de frutas nativas junto ao público urbano” (TEIA AGROECOLÓGICA, 2019, s.p.). Para isso, desenvolve formulações com os produtos da sociobiodiversidade brasileira fornecidos pelas famílias. O intuito é tornar os frutos nativos acessíveis ao paladar popular por meio de combinações e técnicas gastronômicas, visto que muitos possuem sabor marcante, sendo, muitas vezes, ácidos, fibrosos ou amargos demais. Até 2019, a ação desenvolveu 25 produtos que são ofertados em mercados para consumo final ou para serviços de coquetéis ou jantares. A partir da articulação, os produtores vêm aumentando o valor agregado aos seus produtos, bem como, o escoamento dos produtos da sociobiodiversidade *in natura* (TEIA AGROECOLÓGICA, 2019).

Nos dois exemplos citados, o campo técnico da gastronomia aparece impulsionando a criação de produtos a partir alimentos da sociobiodiversidade. Com isso, destaca-se que, em alguma medida, as ações podem impulsionar a utilização desses produtos na alimentação.

Alimentos da sociobiodiversidade e educação cultural gastronômica

Uma terceira dimensão é a educação cultural gastronômica. O projeto Pitadas de Cerrado demonstra na prática como o campo da gastronomia, ligada a outras áreas, pode colaborar como uma ferramenta de desenvolvimento territorial por meio da educação. A iniciativa é um projeto de extensão da Universidade de Brasília (UnB) que propõe difundir conhecimento sobre frutos do cerrado a partir de ações multidisciplinares, promovendo aproximação com o bioma e sensibilizando sobre questões ambientais (MELO; ZANETI, 2021). Nele, são elaboradas ações para sensibilização da população sobre o bioma Cerrado e estímulo do uso de frutos do Cerrado por meio de práticas gastronômicas. Fazem parte das ações do projeto: vídeos educativos com receitas e oficinas gastronômicas com produtos nativos do bioma, repositório de conteúdo sobre o tema *online* no *site* e mídias sociais do projeto, trilhas sensoriais organizadas no campus da universidade e coleta de frutos para sua utilização pontual em Restaurante Universitário (MELO; ZANETI, 2021).

Nessa mesma perspectiva, a *Web Série* “BioDiversidades: manejando saberes, descobrindo sabores” promove ações de educação cultural de alimentos da sociobiodiversidade. A iniciativa é realizada pelo Programa PANexus: governança da sociobiodiversidade para as seguranças hídrica, energética e alimentar na Mata Atlântica Sul e pelo Círculo de Referência em Agroecologia, Sociobiodiversidade, Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (AsSsAN Círculo de Referência⁸) na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Criada no contexto de pandemia do Covid-19, tem como objetivo compartilhar virtualmente conhecimentos, experiências e potenciais soluções técnicas para a promoção do uso sustentável da biodiversidade nativa dos ecossistemas Restinga e Mata com Araucária. A produção de vídeos veiculados na plataforma *Youtube* encontra na gastronomia e na botânica ferramentas para comunicar sobre a identificação, o manejo, o potencial sensorial e cultura alimentar sobre as espécies da sociobiodiversidade no contexto dos biomas do sul do Brasil (ASSSAN CÍRCULO DE REFERÊNCIA, 2021).

Nos projetos citados, a gastronomia pode ser relacionada à discussão dos aspectos sensoriais e de identidade cultural das comunidades envolvidas na produção e consumo dos

⁸ Retirado de <https://www.ufrgs.br/circulosociobiodiversidade/webseries/>.

alimentos da sociobiodiversidade. Portanto, determinada como a dimensão de ações de educação cultural gastronômica.

GASTRONOMIA E A ETICIZAÇÃO DA ESTÉTICA

A ideia de estetização no comer vem sendo observada na alimentação contemporânea (BARBOSA, 2009; 2016). Ganha força com o fenômeno da gastronomização justamente por estar intimamente ligada à gênese da alta gastronomia, conforme discutido anteriormente. A gastronomização se refere ao ressignificado da alimentação, transformando o ato de comer em uma experiência de prazer e de convívio social (BARBOSA, 2009). O aumento da importância à individualidade do consumidor na escolha de um produto e a capacidade deste em atender aspectos de qualidade relacionados aos seu *lifestyle*, é resultado do desejo por alimentos que satisfaçam mais que uma função biológica, uma função cultural (BARBOSA, 2009; 2016).

Na atualidade, os menus, ou pratos que consumimos são o encontro de disputas em várias dimensões. Antes mesmo de pensarmos sobre o gosto, questões políticas, ambientais, éticas, estéticas, morais, ideológicas, identitárias e sociais (dentre outras) se convergem nos pratos e cardápios, emergindo uma categoria ética à mesa. Do mesmo modo, as possibilidades sensoriais dos produtos, o ambiente do serviço, a maneira como se consomem os alimentos e os utensílios utilizados, as companhias escolhidas para a degustação e, claro, a montagem dos pratos, trazem uma categoria estética à mesa. Nesse ambiente, a centralidade dos alimentos gira em torno de uma ética discutida na alimentação, enquanto a visibilidade deles, em torno da estética dos pratos (BARBOSA, 2016).

Trazendo a teoria da ética e da estética na alimentação à gastronomia, pode-se dizer que se tem, por um lado, a arte desenvolvida na culta gastronômica e em outro, iniciativas que convergem a sistemas alimentares sustentáveis. Em outras palavras, uma busca por alimentos da sociobiodiversidade, por exemplo, pode ser motivado nos consumidores por uma ética na alimentação, a qual busca uma aproximação com quem produz, com o território no qual o alimento é produzido e com o saber tradicional empregado na elaboração desse alimento, o que estaria relaciona a abordagem da ética na alimentação (BARBOSA, 2016). Porém, pode também estar relacionada a um desejo despertado a partir da valorização que a gastronomia concedeu ao ingrediente, nesse caso, o produto da sociobiodiversidade – gourmetização provocada pelo *chef* (ZANETI, 2017) – que está associada a abordagem da estetização do comer (BARBOSA, 2016).

Em sua discussão sobre a estética e a ética na alimentação, Barbosa (2016) comenta que, na verdade, essas dimensões não são necessariamente opostas e podem convergir em muitos pontos. Os dois elementos principais dessa interseção são a saudabilidade, relacionada a saúde dos indivíduos, e a sustentabilidade, relacionada a saúde do meio ambiente. Nessas duas categorias, exemplos como o enfoque saudável nos restaurantes e na gastronomia (JACOB, 2012), aumento da oferta de produtos artesanais e orgânicos em grandes redes de supermercado e segmentos gastronômicos específicos para dietas restritivas e ideológicas são pontos que levam a ética e a estética a um mesmo lugar. O “comer bem” e “comer correto” são entrelaçados causando muitas vezes, uma “eticização” da estética (BARBOSA, 2016).

Por um lado, a ética desqualificaria essas interseções com o argumento de que essa parceria causa exploração de produtores e enganação dos consumidores. Um exemplo é a polêmica envolvendo o registro da marca “baunilha do cerrado” pelo instituto ATA que traz à

tona a discussão da apropriação de conhecimentos de povos comunidades tradicionais por personagens da gastronomia. Por outro lado, a estética traz uma dimensão lúdica, se preocupando com a forma desses produtos (BARBOSA, 2016). Como consequência, os produtos passam a ser valorizados, pois, tornam-se mais palatáveis através da arte gastronômica. Com isso, tem mais potencial para serem inseridos nas dietas da população.

Seja como for, ambas justificativas acabam corroborando para a escolha de determinados alimentos em detrimento de outros, ou seja, para uma “valorização de determinados itens, tipos de refeições e ingredientes que hoje contrariam o que se considera o ‘comer correto’.” (BARBOSA, 2016, p. 116). Nesse sentido, iniciativas da gastronomia que contenham alimentos da sociobiodiversidade podem estar constantemente influenciadas pela gastronomização (BARBOSA, 2009), pela gastronomídia (Jacob 2012), pela gourmetização (ZANETI, 2017), pelo processo de exclusividade vinculado a alta gastronomia (JACOB, 2016) e circuitos gastronômicos elitizados (ZANETI, 2015; 2017), implicando uma constante disputa entre a ética e a estética (BARBOSA, 2016). A partir dessa discussão, a seguir, discutir-se-á iniciativas da gastronomia com alimentos da sociobiodiversidade problematizadas a partir da abordagem da ética e estética na alimentação.

ASPECTOS SOBRE A INSERÇÃO DE ALIMENTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE NA GASTRONOMIA

O comportamento dos chefs renomados discutidos anteriormente, indica que a gastronomia contemporânea discursa sobre aproximação da origem do produto ao comensal por meio da valorização dos insumos típicos de sua região e saber fazer locais convergindo, em um primeiro momento, a uma ética no comer (BARBOSA, 2016). Cada vez mais, circuitos gastronômicos propõem modelos de negócio com compra direta de produtores trazendo “menus de feira” com produtos orgânicos e sazonais (ZANETI, 2017), além de alimentos da sociobiodiversidade.

Em sua pesquisa no estado de São Paulo, Braga e Lorenzi (2014) confirmam a ideia sobre a formação de uma rede de abastecimento de hortifrutis para restaurantes de alta gastronomia. As autoras identificaram que restaurantes desse circuito têm como ingredientes principais dos menus legumes e hortaliças adquiridos direto de produtores locais e orgânicos. Apesar da pesquisa não ser direcionada aos produtos da sociobiodiversidade, é possível que estejam presentes nessa cesta de alimentos, pois, de acordo com listagem presente na legislação brasileira, esses produtos são, em geral frutas, hortaliças, leguminosas e oleaginosas (BRASIL, 2021).

Zaneti e Schneider (2016) discutem o interesse de *chefs* por produtos diferenciados em circuitos gastronômicos indicando que há novas frentes de comercialização sendo criadas a partir da relação de restaurantes da alta gastronomia e agricultores familiares. Esses arranjos poderiam ser relacionados a sistemas alimentares sustentáveis na medida em que integram agricultura familiar e criação de mercados locais, a diversificação da alimentação e valorização de espécies nativas (FAO, 2019), elementos importantes para a Segurança Alimentar e Nutricional (PREISS; SCHNEIDER, 2020). Contudo, Zaneti e Schneider (2016) concluem em seu trabalho que mesmo envolta em anseios que buscam redes alimentares sustentáveis, a utilização de produtos locais na gastronomia tem mais relação com uma busca por sabor, autenticidade e distinção. Assim, *chefs* buscam esses alimentos mais por seu potencial

sensorial, que pelo uso sustentável da biodiversidade local ou desenvolvimento dos agricultores locais. O *chef* que compra da agricultura familiar, e com isso, agrega valor ao seu menu, não necessariamente repassa essa valorização de mercado aos produtores e ainda cria um ambiente elitizado para esses produtos (ZANETI; SCHNEIDER, 2016).

No campo do consumo, Barbosa (2009) salienta que a valorização da origem e dos produtos tradicionais implica investimento em capital social, e que, contrariamente à teoria de status e distinção social formulados por Bordieu, nesses circuitos gastronômicos, a realização pessoal é a principal motivação dos consumidores. Dessa forma, o fato de um alimento ser da sociobiodiversidade, mesmo que adquirido de forma contrária a uma ética no comer, já teria potencial de preencher as expectativas dos consumidores comuns em circuitos gastronômicos.

No campo ético, polêmicas envolvendo *chefs*, principalmente no que tange apropriação de ingredientes e técnicas de comunidades locais, são frequentes. O caso citado da baunilha do Cerrado ilustra bem a questão. O estudo recente de Brumano (2019) na comunidade Kalunga sobre a espécie indicou que, apesar da parceria ter levado o produto a mercados diferenciados, havia uma relação tumultuada e cheia de entraves entre as partes. Esse caso é um exemplo literal sobre a apropriação cultural e de bens comunitários locais por *chefs*. Contudo, outros tipos de apropriações são recorrentes e acontecem em relação a técnicas, ingredientes, equipamentos e receitas dentro da gastronomia. Apesar disso, o fato de *chefs* da alta gastronomia ganharem reconhecimento sobre saberes inerentes a culturas alimentares diversas não parece interferir na fama e prestígio desses. Um prato com a baunilha do cerrado continua fazendo parte do cardápio do restaurante do *chef* Alex Atala, valorado e altamente precificado. Nesse caso, ainda que haja questões éticas implicantes no consumo desse alimento naquele restaurante, a dimensão estética parece ganhar mais importância, ou ainda, parece ocorrer um processo de eticização da estética (BARBOSA, 2016).

Em relação aos casos de técnicas empregadas para o uso de alimentos da sociobiodiversidade, embora possam contribuir para maior palatabilidade desses alimentos, pode-se pensar que elas restringem a manipulação a quem detém o domínio delas. Apesar da publicação "Sabores e Aromas" justamente fornecer material educacional sobre técnicas culinárias aplicadas às receitas com os alimentos da sociobiodiversidade, cabe a reflexão sobre a real eficácia tanto em relação ao acesso do material em si, quanto no que tange o acesso às informações gastronômicas contidas nele. Embora alimentos da sociobiodiversidade venham ganhando espaço em mídias diversas, parece que, muitas vezes, estes competem o espaço com os chefs, ficando em segundo plano. Nessa perspectiva, a ética na alimentação estaria relacionada a livre disseminação do conhecimento sobre esses alimentos, enquanto a estética, relacionada a fama que os atores da gastronomia podem ganhar em detrimento desses alimentos.

Da mesma forma, cabe-se refletir sobre o acesso do público em geral a iniciativas como o projeto "Pitadas de Cerrado" e *Web Série* "BioDiversidades: manejando saberes, descobrindo sabores". Embora ações no campo da educação gastronômica sejam cada vez mais evidentes, principalmente em função dos cursos de gastronomia (FERRO, 2017; 2021), deve-se questionar em que medida a gastronomia se mantém no campo estético, distinto e isolado quando emprega uma linguagem e códigos próprios e complexos e em que medida consegue ter uma linguagem acessível e ética em ações com a comunidade.

Além disso, resgatando o conceito de que a gastronomia é estetização do comer (Bueno, 2017), percebe-se que nas iniciativas citadas, ao longo dos três aspectos da gastronomia descritos, os produtos da sociobiodiversidade ganham valor depois de serem

transformadas pelos chefs ou atores da gastronomia (ZANETI; SCHNEIDER, 2016; ZANETI, 2017). Nesse sentido, parece que se a trajetória do alimento não encontra um agente da gastronomia, este não tem valor. Conforme Severo, Silva e Miranda (2020) discutem, a gastronomia vem se mostrando uma ferramenta para promoção e fortalecimento de produtos da sociobiodiversidade por meio de agentes de transformação da matéria prima na gastronomia que detém o domínio das técnicas para manipular esses alimentos.

Por outro lado, a gastronomia também vem se relacionando ao pensar os ingredientes, convergindo a práticas sustentáveis no momento de escolha dos produtos, à sazonalidade dos ingredientes, a forma de produção e comercialização (SEVERO; SILVA; MIRANDA, 2020). Nessa ideia, a ética poderia ser relacionada na medida em que a gastronomia consegue se tornar uma parceria para ações rumo a Sistemas Alimentares Sustentáveis e para a Segurança Alimentar e Nutricional.

Pensando na contribuição da gastronomia aos alimentos da sociobiodiversidade, percebe-se que na primeira dimensão analisada, a gastronomia pode ser entendida como um mercado para esses alimentos, colaborando com suas cadeias produtivas. Na segunda, a gastronomia mostra-se um parceiro de inovação sensorial para desenvolvimento de novos usos de produtos da sociobiodiversidade na alimentação, colaborando com a diversificação na alimentação. No último caso, a gastronomia mostra-se como um campo cultural no qual os conhecimentos sobre os ingredientes e saberes sobre preparos são importantes para sensibilização acerca da importância dos bens da sociobiodiversidade. Seja qual for o principal aspecto envolvido, o que é comum nos três casos citados é que a gastronomia acaba desempenhando papel de divulgação desses alimentos, tornando-os mais conhecidos.

Pensando sobre a dimensão do mercado, a inserção desses produtos em circuitos da gastronomia pode contribuir de maneira importante para os processos de (re)localização alimentar criando mercados "alternativos" ainda que esses circuitos gastronômicos sejam bastante elitizados (ZANETI, 2017). Da mesma forma, o acesso, mesmo que restrito das ações sobre gastronomia parece ter potência para desencadear um processo de disseminação dessas espécies. A técnica gastronômica, mesmo que também restritiva em alguns casos, parece ter potencial de facilitar o consumo de espécies da sociobiodiversidade, trazendo possibilidades de usos desses ingredientes na alimentação (SEVERO; SILVA; MIRANDA, 2020).

Em resumo, parece que ética e estética estão entrelaçadas no processo de inserção de alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia. Afinal, se a ética estivesse ausente, esses alimentos estariam fazendo parte da esfera gastronômica? E por outro lado, se estética fosse abandonada, estariam esses alimentos visibilizados? A centralidade do alimento embasada na ética e visibilidade calcada na estética (BARBOSA, 2016), parecem se fortalecer mutuamente em um campo em que nem ética nem estética se sobressaem, mas, colidem nos casos de inserções de alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia.

CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho procurou-se apresentar uma discussão sobre a presença de alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia problematizando-a a partir da abordagem da ética e da estética na alimentação. Nesse processo, percebe-se que a gastronomização, gastronomia e gourmetização tem efeitos importantes a serem considerados. Percebendo a gastronomia a partir de uma perspectiva ampla, observam-se três dimensões gastronômicas

envolvendo alimentos da sociobiodiversidade: a) inserção em menus de restaurantes de alta gastronomia, b) inovação de produtos a partir de técnicas gastronômicas, e c) educação cultural gastronômica.

A partir dessas dimensões, os casos discutidos neste trabalho e suas particularidades, parecem poder contribuir, de forma geral, para uma divulgação sobre alimentos da sociobiodiversidade. Embora estejam presentes conflitos constantes entre ética e estética, ambas abordagens estão presentes nesse processo de inserção de alimentos da sociobiodiversidade na gastronomia. Isso porque, por exemplo, produtos da sociobiodiversidade podem passar por um processo de qualificação, ganhando valor, através dos chefs, atores da gastronomia com extrema visibilidade e fama. Com isso, produtos da sociobiodiversidade podem ganhar destaque ao lado desses atores. Contudo, isso não quer dizer que, em muitas vezes, o produto da sociobiodiversidade não seja ofuscado pelo próprio chef.

Da mesma forma, mesmo que técnicas gastronômicas aplicadas aos alimentos da sociobiodiversidade para inovação de produtos sejam processos, em grande medida, restritos aos agentes da área de gastronomia, percebe-se que a inovação pode contribuir para inserção de novos produtos no mercado. As iniciativas da gastronomia, portanto, se mostram potenciais em promover esses alimentos da sociobiodiversidade, facilitando seu consumo nas dietas, o que pode vir a contribuir com Segurança Alimentar e Nutricional.

Embora a gastronomia contemporânea, como campo científico, venha desconstruindo conceitos enraizados em sua gênese, percebe-se que ela permanece com um caráter excludente. Mídias especializadas, linguagem própria e circuitos específicos são ainda fatores que contribuem para um distanciamento da gastronomia das cozinhas locais. Na educação cultural gastronômica, por exemplo, percebe-se que a linguagem sobre técnicas nem sempre é acessível. Porém, ainda assim, a divulgação sobre alimentos da sociobiodiversidade está presente nos casos estudados, podendo, nesse caso, despertar curiosidade e disseminação desses produtos pela população em geral.

Além desse argumento, encontrou-se na análise feita dos casos que a criação de mercado para essas espécies, bem como, sua inserção nos cardápios pode impactar na variabilidade de espécies empregadas na alimentação. Portanto, infere-se que a gastronomia pode ser considerada um agente para fortalecimento e valorização de alimentos da sociobiodiversidade embora nem sempre essa inserção seja amparada pela abordagem da ética. Restando, por vezes, apenas a ideia de eticização da estética nesse processo.

A apropriação dos saberes e sabores da sociobiodiversidade parece ser um dos pontos mais críticos nesse cenário, embora, esse aspecto não parecer chamar atenção de muitos consumidores da alta gastronomia e circuitos gastronômicos específicos. Nesse sentido, percebe-se que tanto ética quanto estética fazem parte das motivações da inserção desses alimentos na gastronomia. Além disso, parece ser evidente que ambos funcionam conjuntamente, e por vezes, aparecem colidindo. Dessa forma, parece possível inferir que a eticização da estética está presente no processo que coloca a gastronomia como uma ferramenta para fortalecimento e valorização dos alimentos da sociobiodiversidade. Tanto ética, quanto estética parecem, portanto, desempenhar um papel importante nesse processo.

REFERÊNCIAS

- ATA INSTITUTO. **Manifesto**. 2021. Disponível em: <http://www.institutoata.org.br/pt-br/>. Acesso em: 22 mar. 2021.
- ASSSAN CÍRCULO DE REFERÊNCIA. Ações: **Web Séries**. Porto Alegre: UFRGS, 2021. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/circulosociobiodiversidade/webseries/>. Acesso em: 19 mar. 2021.
- BARBOSA, L. Tendências da alimentação contemporânea. In: Pinto, Michele de Lavra, Pacheco, Jane K. (Orgs.), **Juventude, consumo e educação**. Porto Alegre, ESPM, p. 15-64, 2009.
- BARBOSA, L. A Ética e a Estética na Alimentação Contemporânea. In Cruz, F.T.; Matte, A.; Schneider, S. (Orgs). **Produção, Consumo e Abastecimento Alimentar: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2016
- BRAGA, D; LORENZI, C. O. Da roça ao chef. **Revista Hortifruti Brasil**. São Paulo: CEPEA – ESALQ – USP, 2014.
- BRASIL. PORTARIA INTERMINISTERIAL MAPA/MMA Nº 10, DE 21 DE JULHO DE 2021. Institui lista de espécies nativas da sociobiodiversidade de valor alimentício, para fins de comercialização in natura ou de seus produtos derivados.
- BRAUNE, R. **O que é gastronomia?** São Paulo: brasiliense, 2007.
- BRILLAT-SAVARIN, J. A. **A fisiologia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- BRITO, B. A.; COSTA, L. A. de S. Da colônia ao gourmet: uma análise do surgimento da nova cozinha brasileira, seus lastros históricos e tendências. **Cientefico**. v. 18, n. 37, Fortaleza, jan-jun, 2018.
- BRUMANO, C. N. A trajetória social da baunilha do Cerrado na cidade de Goiás/GO. **Dissertação (Mestrado) - Curso Turismo, Universidade de Brasília**, Brasília, 2019.
- BUENO, M. C. D. De cozinheiro à chef: de artesão a produtor intelectual. Gastronomia, tradições culturais brasileiras e estilos de vida na globalização cultural. In: **38 Encontro Anual da Anpocs**, Caxambu, 2014.
- BUENO, M. C. D. Da gastronomia francesa à gastronomia global: hibridismos e identidades inventadas. **Caderno C R H**, Salvador, v. 29, n. 78, p. 443-462, 2016.
- DÓRIA, C. A. **Formação da culinária brasileira: escritos sobre a cozinha inzoneira**. São Paulo: Fósforo, 2021.
- D.O.M. **Restaurante**. 2021. Disponível em: <http://domrestaurante.com.br/>. Acesso em: 21 mar. 2021.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - FAO. **The State of the World's Biodiversity for Food and Agriculture**. Rome: FAO, 2019.
- FERRO, R. C. Apresentação. In Ferro, R. C (Org.). **Pensando e pesquisando a gastronomia: trajetórias acadêmicas em um campo científico em construção**. Curitiba: CRV, 2021, p.9-20.

FERRO, R. C. Dimensões conceituais da gastronomia. Contextos da Alimentação. **Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade**, v. 5, n.2, jun, 2017.

GREGÓRIO, L. Chef Helena Rizzo assume posto de Paola Carosella no 'MasterChef Brasil'. **Revista Quem**. 26 mar. 2021 - 18H52 atualizado em 28 mar 2021 - 11H09. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/TV-e-Novelas/noticia/2021/03/chef-helena-rizzo-assume-posto-de-paola-carosella-no-masterchef-brasil.html> . Acesso em: 22 mar. 2021.

JACOB, H. Gastronómia: os ambientes midiáticos e as linguagens da comida e da cozinha. **Communicare**, São Paulo, v. 12, p. 113-125, 2012.

LAVINAS, E. L. C. A narrativa "espetacularizada" dos reality shows de gastronomia. In: **Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação, 38. Anais...** Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1780-1.pdf> . Acesso em: 19 mar. 2021.

MANÍ RESTAURANTE. **Home**. 2021. Disponível em: <http://www.manimanioca.com.br/> . Acesso em: 22 mar. 2021.

MELO, L. R.; ZANETI, T. B. "Pitadas de Cerrado": turismo e gastronomia em prol da educação ambiental. **Ágora**, v.23, n.1, p. 46-64, jan-jun, 2021.

PAES, C. F. Alex Atala registra marcas da baunilha do Cerrado, alimento tradicional dos quilombolas. **De olho nos ruralistas: observatório do agronegócio no Brasil**. 17/07/2019 - atualizado em 19/07/2019 7:58 PM. 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: 22 mar. 2021.

PREISS, P. V.; SCHNEIDER, S. Mercados e Segurança Alimentar e Nutricional. In Preiss, P. V., Schneider, S; Coelho-de-Souza, G (Orgs.). **A Contribuição brasileira à segurança alimentar e nutricional sustentável**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020.

RAMIRO, D. O., MOREIRA, L. C.; RIBEIRO, C. R. O espetáculo da culinária: análise de informações veiculadas em diferentes mídias e seus possíveis impactos no preparo e consumo de alimentos. **Revista Brasileira de Gastronomia**, Florianópolis, v. 2, n. 2, jul-dez, p. 95-108, 2019.

RAMOS, M. O.; LONGHI, A.; MARTINS, J. S. **Cartilha Boas Práticas no processamento de alimentos da sociobiodiversidade**. Maquiné: Coletivo Catarse Editora, 2019.

RESTAURANT MAGAZINE. **The worlds 50 best**. 2021. Disponível em: <http://www.theworlds50best.com> . Acesso em: 19 mar. 2021.

ROCHA, F. G. Gastronomia: ciência e profissão. **Arq. bras. Alim.**, Recife v.1, n.1, p.3-20, mai-jun, 2015.

ROCHA, K. E. A evolução do curso de gastronomia no Brasil. **Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade**, São Paulo, v.4, n.2, 2016.

RUBIM, R. E.; REJOWSKI, M. O ensino superior da gastronomia no Brasil: análise da regulamentação, da distribuição e do perfil geral de formação (2010-2012). **Revista Turismo Visão e Ação [eletrônica]**, v. 15, n. 2, p. 166-184, mai-ago, 2013.

SANTIAGO, R. A. C.; CORADIN, L. (eds). **Biodiversidade Brasileira: sabores e aromas**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, Secretaria de Biodiversidade, 2018.

SEVERO, J. M.; DA SILVA, V. L.; MIRANDA, T. M. O uso de produtos da sociobiodiversidade na gastronomia: uma parceria que dá certo. In Preiss, P. V. e Schneider, S. (Orgs.) **Sistemas alimentares no século 21: debates contemporâneos [recurso eletrônico]**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020.

SVEJENOVA, S.; MAZZA, C.; PLANELLAS, M. Cooking up change in haute cuisine: Ferran Adrià as an institutional entrepreneur. **Journal of Organizational Behavior**, v.28, n.5, p. 539-561, 2007.

TEIA AGROECOLÓGICA. Encontro de sabores: alimentos nativos e construção de saberes em rede. **Boletim informativo sobre tecnologias sociais em agroecologia**, v.1, n.16, 2019.

ZANETI, T. B. **Das panelas das nossas avós à alta gastronomia**. São Paulo: Paco editorial, 2015.

ZANETI, T. B.; SCHNEIDER, S. Ingredientes singulares à la carte: implicações do uso de produtos diferenciados na gastronomia contemporânea. **Anthropology of Food**, v. online, 2016.

ZANETI, T. B. Cozinha de raiz: as relações entre chefs, produtores e consumidores a partir do uso de produtos agroalimentares singulares na gastronomia contemporânea. **Tese (Doutorado) - Curso Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2017.