



Confluências Culturais

Revista Interdisciplinar

v. 13, n. 1 – 2024 – ISSN 2316-395X

Alimentos locais e culinária na
produção acadêmica brasileira:
simbolismos, interações e mercados

Local foods and cuisine in Brazilian
science: symbolisms, interactions
and markets

Alimentos y cocina locales en la ciencia
brasileña: simbolismos, interacciones
y mercados

Alexandro Moura Araujo¹

Recebido em: 5 set. 2023

Aceito para publicação em: 5 nov. 2023

Resumo: A utilização de alimentos produzidos localmente, no contexto gastronômico, evidencia questões relacionadas aos produtos, como os vínculos gerados entre produtores e *chefs*, a constituição do gosto e os critérios de qualidade de produtos. Assim, o presente estudo busca avaliar o uso de alimentos locais na gastronomia brasileira, por meio da produção científica. Para isso, realizou-se uma análise quanti-qualitativa dos conteúdos expressos em 25 artigos. Os resultados indicaram que os principais temas abordados foram sobre as relações entre produtores e *chefs*, os tipos de alimentos e os fatores que influenciam a sua utilização nos cardápios. As potencialidades, os desafios e as iniciativas de promoção ao uso desses alimentos são pontuados ao longo do artigo.

¹ Mestre em Administração pelo Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

Palavras-chave: patrimônio cultural; culinária típica; gastronomia local; produtos agroalimentares.

Abstract: The use of locally produced food, in the gastronomic context, highlights issues related to products, such as the bonds generated between producers and chefs, the constitution of taste and product quality criteria. Thus, the present study seeks to evaluate the use of local foods in Brazilian cuisine, through scientific production. For this, a quantitative and qualitative analysis of the contents expressed in 25 articles was carried out. The results indicated that the main topics addressed were the relationships between chefs-producers, types of food and factors that influence their use on menus. The potential, challenges and initiatives to promote the use of these foods are highlighted throughout this article.

Keywords: cultural heritage; typical cuisine; local gastronomy; agri-food products.

Resumen: El uso de alimentos producidos localmente, dentro del contexto gastronómico, destaca cuestiones relacionadas con los productos, como los vínculos que se generan entre productores y chefs, la constitución del gusto y los criterios de calidad del producto. Así, el presente estudio busca evaluar el uso de alimentos locales en la cocina brasileña, a través de la producción científica. Para ello se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo de los contenidos expresados en 25 artículos. Los resultados indicaron que los principales temas abordados fueron las relaciones productor-cocinero, tipos de alimentos y factores que influyen en su uso en los menús. Las potencialidades, desafíos e iniciativas para promover el uso de estos alimentos se destacan a lo largo de este artículo.

Palabras clave: patrimonio cultural; cocina típica; gastronomía local; productos agroalimentarios.

INTRODUÇÃO

O acesso de produtores familiares locais aos mercados é um tema debatido recorrentemente no cenário científico. As abordagens costumam contextualizar sobre o acesso a rendas e o escoamento desses produtos, que, por ora, ao terem um destino considerado incerto, perecem, em comparação com as produções agrícolas massivas e com acesso ao capital.

No abastecimento alimentar, a produção agrícola local pouco se alinha com as formas de abastecimentos convencionais (como as redes atacadistas e as *commodities*): não pelos seus produtos em si, mas pelos entraves de um sistema comercial que acaba impondo obstáculos na própria distribuição, como nas questões legais ou sanitárias.

Como os espaços voltados para o escoamento dos produtos agroalimentares locais familiares se mostram consideravelmente reduzidos nos grandes centros de distribuição, a alternativa (ou estratégia) mais provável de ser adotada pelos produtores é aquela calcada pela proximidade entre os produtores e os consumidores, ou por meios associativos na sua localidade, num fenômeno denominado por variados autores como circuitos de comercialização, alternativos, localizados, entre outros (Marsden; Banks; Bristow, 2000; Darolt, 2013; Schneider; Ferrari, 2015).

Os alimentos produzidos localmente podem ser interpretados como uma herança de uma culinária regional (Bessièrre, 1998). Quando esses produtos são incluídos no campo da gastronomia, podem também ser concebidos como uma espécie de *gourmandise*, que, de acordo com Brillat-Savarin (2009, p. 99), se trata de “uma preferência apaixonada, bem determinada e satisfeita, por objetos que lisonjeiam nosso gosto”.

Considerando-se o potencial dos produtos locais e os diferentes canais brasileiros voltados para a comercialização, como as feiras livres, os mercados municipais e as cooperativas, compreender esses alimentos como um mercado possível no campo da gastronomia se torna relevante. Assim, o presente estudo visa compreender a utilização de alimentos locais na gastronomia brasileira, por meio de uma análise da produção científica.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com base no problema a ser abordado, esta pesquisa configura-se como qualitativa, tendo o intuito de compreender como os estudos que envolvem o uso de alimentos locais na gastronomia decorreram no Brasil.

Os procedimentos de coleta, que conferem a pesquisa ser do tipo bibliográfica, desenvolveu-se por meio da coleta de artigos provenientes de periódicos e eventos científicos, captados na plataforma Scholar Google, mediante combinação de descritores como “alimentos locais”, “produtor local”, “gastronomia” e “culinária”, filtrando-se as publicações até o ano de 2020.

Assim, os procedimentos para a pesquisa foram desenvolvidos com base na adaptação dos passos elencados por Prodanov e Freitas (2013). Os resultados das buscas foram sendo filtrados por meio de uma análise flutuante e preliminar dos resumos dos estudos que surgiam. E, à medida que estes eram verificados sobre a sua aderência, analisou-se a elegibilidade mediante a leitura completa dos artigos, sendo descartados aqueles que não estavam alinhados ao objetivo, como no caso de pesquisas de revisão bibliográfica.

Assim, uma sistematização do conteúdo desses estudos foi realizada por intermédio de quadros, tabelas e gráficos do aplicativo Microsoft Excel, submetendo-se seu conteúdo ao *software* Wordstat v8.0.25 (um módulo analítico do *software* QDA Miner v5.0.29), elencando-se a organização lógica dos contextos discutidos, as codificações e as categorizações analíticas (Gil, 1989; Prodanov; Freitas, 2013). Assim, procedeu-se para uma análise textual, com estatísticas descritivas dos conteúdos desses estudos.

No módulo Wordstat, inicialmente se efetuou a construção de um dicionário das palavras (d-words) presentes nos resumos, utilizando o módulo Wordstat, um pacote adicional do *software* QDA Miner (Spanhol Finocchio; Dewes, 2017).

Em seguida, realizou-se a aplicação de um dicionário-filtro de exclusão automática de palavras irrelevantes (*stop words*) de análises, disponível na língua portuguesa pelo *software*, como as proposições e os pronomes (Spanhol Finocchio; Dewes, 2017). Após avaliar as palavras, efetuou-se uma limpeza manual, tendo em vista a presença de outras palavras consideradas desnecessárias, como os itens “ela”, “trazer” e “sim”, por exemplo, culminando numa contagem final de 150 palavras.

Com as ferramentas do Wordstat, foram coletadas diferentes informações descritivas, como as palavras e os termos mais frequentes nos resumos. Essas informações foram condensadas por meio de nuvens de palavras e termos mais frequentes. O *software* também disponibiliza o índice TF*IDF, que consiste num cálculo obtido pela frequência do termo ponderado pela frequência inversa do documento. A ponderação baseia-se na suposição de que, quanto mais vezes um termo ocorre em um documento, mais ele é representativo de seu conteúdo (Wordstat, 2021). Tal índice permite compreender o poder dessas palavras (Spanhol Finocchio; Dewes, 2017).

Para a compreensão dos termos mais recorrentes nos resumos, efetuou-se a extração dos termos com uma frequência mínima de duas e máxima de três palavras, tendo em

vista o surgimento de palavras desconexas após essa frequência. Aplicou-se o algoritmo de extração adicional (*additional extraction algorithm* – NMF), segmentando-o por parágrafos. De acordo com o WordStat, o NMF é mais rápido e inovador, permitindo

ir além da solução de “saco de palavras”, típica da modelagem tradicional de tópicos, selecionando automaticamente frases relacionadas, e fornecendo sugestões para expressões adicionais, possíveis exceções e correções ortográficas (Wordstat, 2021).

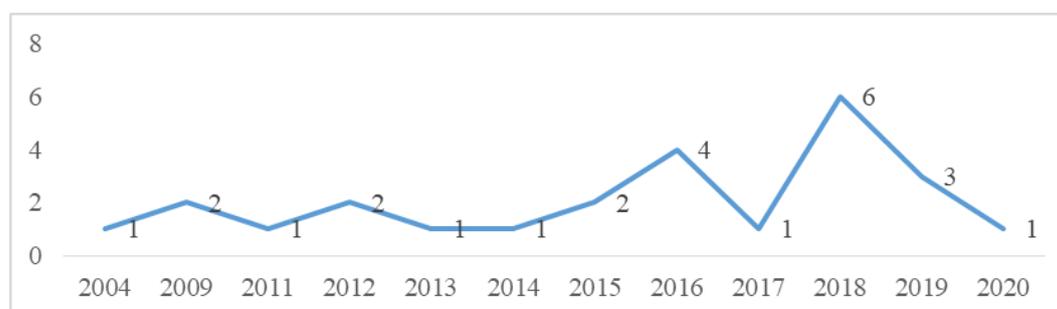
Adotou-se um nível de confiança moderado.

Apresentação dos dados

Os procedimentos executados na pesquisa possibilitaram efetuar a análise do conteúdo expresso em 25 artigos, a saber: Ashton e Muller (2013), Balestro e Zaneti (2015), Betti e Denardin (2019), Bortnowska e Alberton (2015), Braghini, Gomes e Ribeiro (2009), Ceretta e Heres (2012), Correia *et al.* (2020), Dantas (2004), Dória (2018), Dutra (2012), Estival *et al.* (2019), Guéneau *et al.* (2017), Guilherme e Portilho (2016), Guilherme e Portilho (2018), Johannsen, Gastal e Beber (2018), Junqueira (2018), Junqueira e Anjos (2019), Marcos e Von Dentz (2011), Martins, Gurgel e Martins (2016), Ribeiro, Andrade e Braghini (2014), Sales Aguiar e Carvalho de Melo (2018), Severo, Silva e Miranda (2018), Silva (2009), Sousa, Vieira-da-Silva e Barros (2016) e Zaneti e Schneider (2016b).

Nesses estudos, observa-se que as publicações brasileiras decorreram de forma variada ao longo dos anos, surgindo a partir de 2004; na última década, foram publicados 88% dos estudos analisados, conforme mostra a figura 1.

Figura 1 – Ano das publicações dos estudos brasileiros analisados

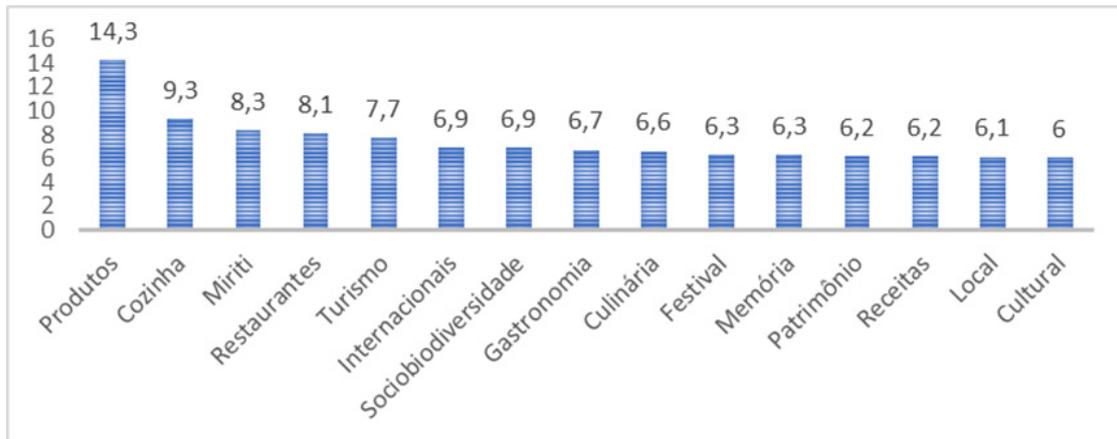


Fonte: Elaborada pelo autor (2020)

Os principais sujeitos abordados foram o agricultor / população tradicional (n=9), os *chefs* (n=7), pessoas do ramo turístico (n=6), a população (n=4), os membros de grupos organizados, como cooperativas e associações (n=4), descendentes de outros países (n=4), entre outros, descrevendo, principalmente, sobre os tipos de alimentos locais existentes e produzidos (n=15), a importância dos alimentos locais no contexto turístico-gastronômico (n=12), os sistemas de compras e vendas diretas (n=8) e a comida como experiência aos clientes (n=8). Todos os estudos analisados se mostraram qualitativos.

Por meio da análise pelo módulo WordStat, foram presenciadas 150 palavras. Destas, as 15 mais frequentes foram ordenadas pelo índice TF*IDF. Palavras como produto, cozinha, restaurantes, turismo, memória e local fornecem pistas sobre a utilização dos alimentos locais na gastronomia, além dos aspectos simbólicos nas relações e do alimento, conforme consta na figura 2.

Figura 2 – Palavras mais frequentes nos estudos brasileiros analisados



Fonte: Elaborada pelo autor (2020)

Já na tabela 1 estão os termos mais frequentes nos estudos, compreendendo-se num total de 45. Destes, foram apontados os 20 termos mais usados, ordenados pelo índice TF*IDF, mediante ordenamento crescente, variando de 6,9 a 2,8. Chama a atenção o aparecimento do termo “produtos da sociobiodiversidade” e “espécies nativas”, denotando um esforço dos estabelecimentos em incorporar alimentos exóticos no seu *menu*. A expressão “produtos tradicionais”, oriundos de técnicas rurais produtivas artesanais de “agricultores familiares”, também foi destacada pelo *software*.

Tabela 1 – Termos que mais foram mencionados nos estudos

Termos mais frequentes	TF*IDF	Termos mais frequentes	TF*IDF
Produtos da sociobiodiversidade	6,9	Espécies nativas	3,2
Desenvolvimento local	4,5	Produtos locais	3,2
Cadeia produtiva	4,3	Oferta gastronômica	3,2
Treze Tílias	4,1	Organização social	2,8
Patrimônio cultural	4,1	Miritti Fest	2,8
Restaurantes internacionais	4,1	Mercados diferenciados	2,8
Movimento Slow Food	4,1	Memória gustativa	2,8
Gastronomia local	3,9	Produtos tradicionais	2,8
Agricultor familiar	3,2	Canoa quebrada	2,8
Turismo cultural	3,2	Identidade cultural	2,8

Fonte: Elaborada pelo autor (2020)

PATRIMÔNIO CULTURAL E ALIMENTO LOCAL: ALGUNS CASOS BRASILEIROS

De acordo com os textos em análise, evidencia-se que os alimentos locais brasileiros são carregados de simbolismos. Os usos desses alimentos na gastronomia local são capazes de reforçar “as raízes da família, que são passadas de geração em geração, e cada vez que são consumidos, despertam sentimentos e emoções” (Bortnowska; Alberton, 2015, p. 736).

Na Festa do Bode Rei, ocorrido no semiárido da Paraíba, Correia *et al.* (2020) destacam, por exemplo, que a figura do bode, tanto em forma de comida quanto um bem turístico, é capaz de denotar a importância social no cotidiano das famílias, sendo uma “referência da resistência à seca e de sustento econômico da região” (Correia *et al.*, 2020, p. 140). Para os autores, a culinária regional, adequada ao uso do caprino e alimentos da biodiversidade local, promove um desenvolvimento socioeconômico da comunidade e recupera seus costumes.

Um outro alimento, oriundo da Serra do Ibitipoca, no sudeste mineiro, é capaz de evocar um saber-fazer e a memória coletiva dos habitantes do rural, cuja infância os remeta ao prazer ou às dificuldades (Dutra, 2012). Consiste em um pão cujo ingrediente mais característico é a canela; era tratado como uma “quitanda”, cujo nome era conhecido como “pão folhado”, preparado pelas famílias rurais, que posteriormente se tornou um souvenir após aumento na frequência de turistas e teve a denominação alterada para “pão de canela” (Dutra, 2012).

A pesquisa de Johannsen, Gastal e Beber (2018) também se deriva da percepção simbólica sobre o pão local como um elemento étnico da imigração italiana estabelecida na Serra Gaúcha. Os pães refletem um saber-fazer ritualizado na sua preparação, ocorrendo desde o processo técnico de produção do fermento, que é artesanal (*levain*). Assim, o pão “se torna símbolo de alimento e cultura, coloca em evidência hábitos e práticas cotidianas de grupos sociais, inseridos nas questões que envolvem neoruralidades, multifuncionalidade e pluriatividade no meio rural” (Johannsen; Gastal; Beber, 2018, p. 213).

De acordo com o estudo de Sousa, Vieira-da-Silva e Barros (2016), o simbolismo decorrente da inserção dos alimentos locais na gastronomia paraense, especificamente pelo uso do miriti (um fruto local), permite refletir sobre os diferentes modos e momentos de consumo das famílias rurais. Considerado como um elemento característico e histórico da alimentação do “caboclo-ribeirinho”, inserido em doces, empadas, massas biscoitos e azeites e, especialmente, o mingau de miriti, os autores observaram que o alimento foi capaz de se resignificar ao longo do tempo, atravessando as fronteiras do consumo para o meio urbano, em decorrência do surgimento da Festa do Miriti (Sousa; Vieira-da-Silva; Barros, 2016).

A pesquisa desenvolvida por Dantas (2004), por sua vez, denota grande simbolismo na culinária nativa da região seridense do RN, na figura da carne suína local. Concebido como um alimento “pesado”, é evitado por algumas pessoas, como as grávidas e os adoentados; ao mesmo passo que se transforma em um evento colaborativo, visto que envolve e organiza vizinhos e familiares. A “festa da matança” do animal geralmente ocorre durante casamentos e feriados, por exemplo (Dantas, 2004).

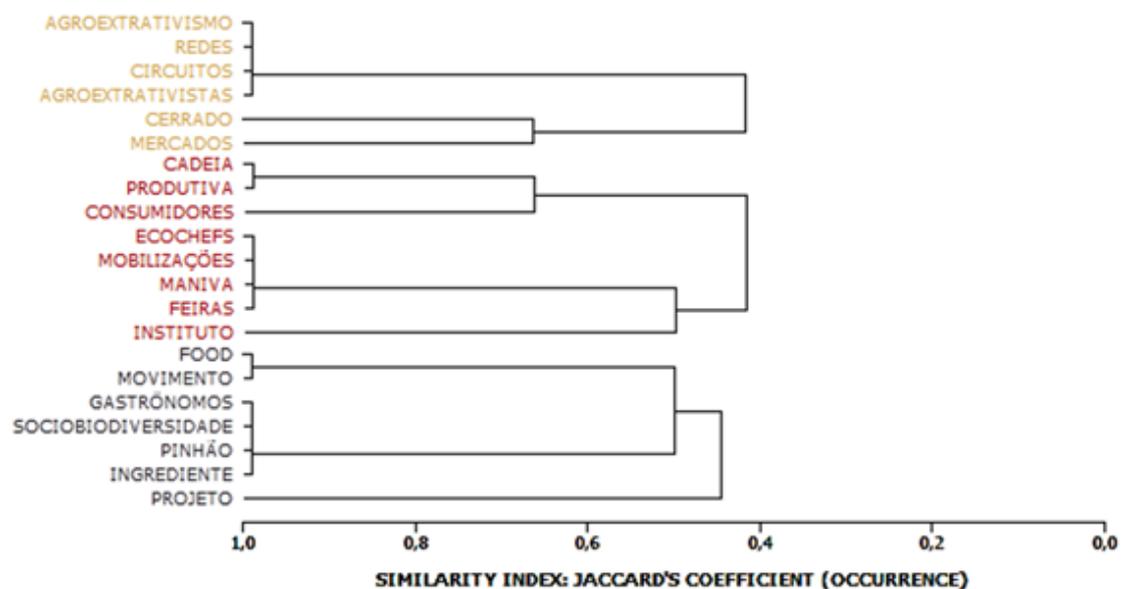
De forma singular, observa-se ainda uma mutação de um item considerado impuro e perigoso – o sangue do animal – em um doce culturalizado (o chouriço). Nessa configuração, a criação do animal fortalece os vínculos e transforma um alimento “impuro”, sob os emaranhados dos laços sociais e da reciprocidade, em “comidas-dádivas” (Dantas, 2004).

Na perspectiva de *chefs* de cozinha de Brasília e do Rio Grande do Sul, a utilização dos alimentos locais também é uma tendência por *chefs* brasileiros, decorrendo pelas fortes percepções simbólicas presentes (Balestro; Zaneti, 2015; Zaneti; Schneider, 2016b). Promovem-se as histórias dos agricultores, propiciando experiências singulares aos consumidores; assegura-se o acesso a produtos diferenciados e culturais, que, juntamente

com técnicas de preparo atuais, harmonizam sabores e identidades de locais. Do ponto de vista dos agricultores, por outro lado, evidenciam-se “valores simbólicos como orgulho e autoestima, por venderem para os *chefs*, parecendo valer mais do que os valores econômicos em si” (Zaneti; Schneider, 2016b, p. 31).

Os alimentos locais usados por restaurantes e *chefs*, além de eventos, consistem em uma diversidade de ingredientes e pratos, assim como é o território brasileiro. Nesse sentido, frutos coletados por famílias extrativistas, oriundos da biodiversidade local, como o pequi, o baru; produtos considerados exóticos, como as plantas alimentícias não convencionais (PANCs), além dos alimentos produzidos por agricultores familiares, como hortícolas e legumes, compõem o menu local. Sinalizando para os restaurantes que fazem parte das redes do movimento *slow food*, como o Instituto Maniva, um dos agrupamentos indica alta similaridade pelo coeficiente Jaccard (1,0) no que concerne à percepção do pinhão, um fruto extraído da natureza, como um ingrediente local, conforme apontam os agrupamentos na figura 3.

Figura 3 – Agrupamentos dos termos relacionados ao uso de ingredientes do extrativismo



Fonte: Elaborada pelo autor (2020)

A forte presença de ingredientes singulares brasileiros, como os pescados, os frutos e as plantas nativas, denota que o uso desses produtos “na gastronomia é uma parceria que dá certo, agrega novos sabores às receitas, diversifica a dieta, proporciona aos produtores uma fonte de renda e surge como uma possibilidade de minimizar a extinção dos mesmos” (Severo; Silva; Miranda, 2018, p. 6). Além destes, o quadro 1 destaca outros ingredientes e pratos apontados nos estudos em evidência.

Quadro 1 – Alimentos locais e pratos típicos na culinária brasileira

Autor	UF	Ingredientes e pratos locais
Sales Aguiar e Carvalho de Melo (2018)	CE	Pescados, ervas e temperos
Ashton e Muller (2013)	RS	Artesanais: pães, biscoitos e roscas, cucas, geleias, queijos e embutidos; saladas em conserva e <i>in natura</i> ; variedade de carnes; massas; risotos, canelones; e doces, como sagu e pudim

Continua...

Continuação do quadro 1

Autor	UF	Ingredientes e pratos locais
Betti e Denardin (2019)	PR	Pescados
Bortnowska e Alberton (2015)	SC	Strudel y knodel soup; café fuerte; Schmorn y Kaiserschmarrn; El mingau (feito com gordura de porco, leite, sal e farinha de trigo)
Braghini, Gomes e Ribeiro (2009)	SE AL	25 variedades de pescados e 2 crustáceos (camarão e pitu)
Ceretta e Heres (2012)	RS	Bacalhau
Correia et al. (2020)	PB	Carne caprina
Dantas (2004)	RN	Carne suína e chouriçada (doce do sangue – chouriço)
Dória (2018)	-	Milho, feijão, abóbora, carne seca
Dutra (2012)	MG	Pão de canela, ovos caipiras, leite caipira
Estival et al. (2019)	MS	Frutos do cerrado: araçá, buriti, baru, bocaiúva, jatobá, guavira, pequi, pitomba e hibisco
Guéneau et al. (2017)	DF GO	Frutos do cerrado: como baru, pequi e babaçu
Guilherme e Portilho (2018)	RJ	Tapioca <i>pink</i> orgânica (com sumo de beterraba)
Guilherme e Portilho (2016)	RJ	Farinha d'água, queijos artesanais, palmito de pupunha, castanhas do Brasil, pimenta rosa (aroeira), vegetais orgânicos, geleia de jabuticaba, açafraão, baru, azeite, mel; e panelas de goiabeiras (artesanato de uma associação)
Johannsen, Gastal e Beber (2018)	RS	Pão e <i>levain</i> (fermento artesanal de maçã ou batata)
Junqueira (2018)	SC	Carnes suínas e bovinas; pratos típicos de imigrantes; cafés coloniais, com base em frutos e ervas
Junqueira e Anjos (2019)	SC	Mariscos, ostras, mexilhões e vieiras
Marcos e Von Dentz (2011)	SC	Confeitaria: biscoitos, bolos, geleias e sonhos; pratos: bolacha d'água, vafla, santa fé, rosca de polvilho, cuca de farofa (cuca alemã), toucinho do céu ("klétch"), nego deitado (à base de milho) e pão de banana
Martins, Gurgel e Martins (2016)	PE	Café, frutos nativos, queijos
Ribeiro, Andrade e Braghini (2014)	SE	Mariscos (caranguejo aratu e uçá); peixes (arraia, camarão, siri, sururu, ostra); doces de coco e goma; salgados; tortas; e frutas (caju, mangaba, coco, goiaba, acerola, banana, tamarindo, maracujá, cana, jenipapo, jaca, seriguela e manga)
Severo, Silva e Miranda (2018)	RS	Pinhão
Silva (2009)	SC	Pães,ucas, bolos, biscoitos, geleias e musses, bolachas de mel; prato: <i>gemüse</i> (batata, couve, cebola, alho e costelinha de porco defumada); cará
Sousa, Vieira-da-Silva e Barros (2016)	PA	Fruto de coleta: miriti; faz mingau, bolo, sorvete, pudim, empadas, molhos, biscoitos
Balestro e Zaneti (2015)	DF	Não destacado
Zaneti e Schneider (2016b)	RS	Bergamota, abobrinha

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Por meio dos estudos, percebeu-se a existência de uma grande parcela de pratos locais que foram influenciados interculturalmente, mas que se aglutinaram na culinária local. A gastronomia, nesse sentido, pode ser compreendida também como transfronteiriça, como apontado por Muller (2012), ao se referir sobre as influências de paraguaios e bolivianos, por exemplo, decorrentes do uso de alimentos e técnicas de preparo colonizadas que se agregam à identidade alimentar de Mato Grosso do Sul.

Com a utilização de ingredientes característicos da região litorânea do Ceará, como os frutos do mar, Sales Aguiar e Carvalho de Melo (2018) despontam para um conjunto de cozinhas étnicas internacionais, com sabores diversificados. Por intermédio da caracterização da culinária presente em cinco restaurantes, os autores buscaram se atentar aos diferentes estilos gastronômicos: mediterrâneo (Espanha e Itália), espanhol, português, misto (francesa e italiana) e uma estritamente italiana.

Além do uso de técnicas especializadas e denominações diferenciadas nos *menus*, observou-se que os cardápios nesses restaurantes, considerados autênticos, em verdade eram constituídos também por matérias-primas locais, ao passo que “a comida disposta no cardápio carrega a reinterpretação ou adaptação do restaurante, conforme os ingredientes disponíveis da região, o que não causa uma descaracterização, mas sim uma unificação” (Sales Aguiar; Carvalho de Melo, 2018, p. 162). Com essa adaptação por peixes, especiarias e temperos da região, combinados com demais itens das receitas e técnicas nos diferentes estilos, elaboram-se pratos que, em alguns casos, se confundem com a cozinha cearense (Sales Aguiar; Carvalho de Melo, 2018).

Os estudos evidenciam a utilização de alimentos locais em restaurantes brasileiros, como na diversidade de peixes e mariscos do Rio São Francisco, em Sergipe e Alagoas, sendo adquiridos, principalmente, nos mercados locais de abastecimento, como as feiras livres ou diretamente dos pescadores (Braghini; Gomes; Ribeiro, 2009).

Alguns estabelecimentos situados no semiárido paraibano possuem canais bastante diversificados de aquisição alimentar, sendo diretamente com o agricultor, em feiras, intermediários e supermercados. A maioria dos ingredientes se origina do próprio município pesquisado e, em um caso, das adjacências (Correia *et al.*, 2020). Já a aquisição de produtos do extrativismo usados na cozinha gaúcha, como o pinhão, pode ser feita em feiras e supermercados (Severo; Silva; Miranda, 2018). Além dessas experiências, o quadro 2 exemplifica os canais que são acessados pelos estabelecimentos, nos estudos analisados.

Quadro 2 – Canais de compra dos produtos no setor gastronômico-turístico

Canais de compra dos produtos	Autor(es)
Feira livre / barracas de bairro	Braghini, Gomes e Ribeiro (2009); Sousa, Vieira-da-Silva e Barros (2016); Guilherme e Portilho (2016); Severo, Silva e Miranda (2018); Correia <i>et al.</i> (2020)
Intermediários/ merchantes	Correia <i>et al.</i> (2020)
Direto com o produtor/ na “beira” do rio	Braghini, Gomes e Ribeiro (2009); Balestro e Zaneti (2015); Sousa, Vieira-da-Silva e Barros (2016); Correia <i>et al.</i> (2020)
Sob encomenda	Braghini, Gomes e Ribeiro (2009)
Supermercados	Severo, Silva e Miranda (2018); Correia <i>et al.</i> (2020)
Porta-a-porta	Sousa, Vieira-da-Silva e Barros (2016)
Carros circulantes	Sousa, Vieira-da-Silva e Barros (2016)

Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

A aquisição de alimentos diretamente dos agricultores decorre por variados motivos, como, por exemplo, pelo gosto e sabor dos alimentos (Guilherme; Portilho, 2016; 2018; Zaneti; Schneider, 2016a; Zaneti; Schneider, 2016b), pela busca por identidade e reconhecimento pessoal (Zaneti; Schneider, 2016a; Guéneau *et al.*, 2017) e sofisticação (Guéneau *et al.*, 2017). Os artigos avaliados sinalizam outro conjunto de motivações, sintetizados na tabela 2.

Além disso, o uso de alimentos oriundos da própria localidade promove novas experiências gastronômicas aos clientes, possibilitando, por exemplo, que turistas e moradores conheçam e rememorem as histórias sobre os alimentos e do local; a vida cotidiana, ao passar o dia junto com agricultores e suas dinâmicas produtivas (Ribeiro; Andrade; Braghini, 2014; Junqueira, 2018; Junqueira; Anjos, 2019), o que nem sempre se mostra possível, em virtude da rotina do trabalho (Betti; Denardin, 2019).

Tabela 2 – Motivações e vantagens em utilizar os alimentos locais

Motivações	N.º estudos
Promoção da cultura local	15
Promover o desenvolvimento econômico local	13
Incentivar o aumento da produção e apoiar os produtores	12
Gerar renda e empregos no local	7
Melhorar a experiência do cliente	6
Acesso a produtos de mais qualidade	5
Acesso a um preço-prêmio	3
Redução do impacto ambiental e logístico	2
Não especificado	1

Fonte: Elaborada pelo autor (2020)

Uma das características mais relevantes na compra direta de alimentos de agricultores por restaurantes refere-se às relações de proximidade estabelecidas entre *chefs* e produtores, tendo em vista que eles “querem produtos com qualidades diferenciadas, e se aliam com os produtores para obter esse tipo de produto” (Balestro; Zaneti, 2015, p. 30).

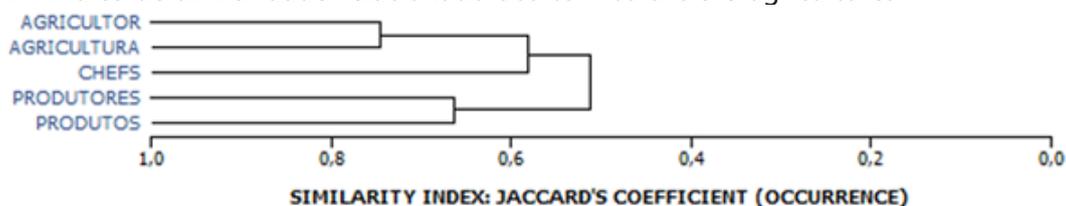
Assim, os relacionamentos também são afinados desde a perspectiva de uso dos produtos. O mingau elaborado com o miriti no Pará, por exemplo, permite “estabelecer uma rede de sociabilidades, a qual é registrada principalmente na ‘beira’ de Abaeté, onde os mingauleiros, outros feirantes e muitos clientes, da ilha e da cidade, se relacionam” (Sousa; Vieira-da-Silva; Barros, 2016, p. 149).

As relações *chefs*-agricultores permitem, portanto, construir mercados diferenciados (Balestro; Zaneti, 2015), promovendo-se a identidade alimentar cultural (Zaneti; Schneider, 2016b). Na visão de um *chef*, o uso de produtos adquiridos diretamente dos produtores constitui um “mercado de nicho, não só pelo preço, mas pela educação. Meus clientes são pessoas mais cabeça aberta, que têm a gastronomia como lazer, mas não é qualquer um que entende que a gente não faz comida. A gente faz arte” (Zaneti; Schneider, 2016b, p. 27). Na mesma direção, Junqueira e Anjos (2019) observaram a criação de um nicho, quando marisqueiros passaram a efetivar a venda de seus produtos para os restaurantes locais, sendo assim compreendidos também como “empreendedores da gastronomia”.

Além de os *chefs* buscarem se atentar aos sistemas de produção dos agricultores, com atenção especial à sustentabilidade (Guilherme; Portilho, 2018), essas aproximações também conferem variedade e adaptação das características dos produtos pelos

agricultores, em decorrência das necessidades dos restaurantes, como espécies de suínos e o período da colheita, visando obter minifolhas (Zaneti; Schneider, 2016b). Além de viabilizar a inclusão de agricultores familiares em espaços de escoamento diferenciados (Balestro; Zaneti, 2015), detectou-se um agrupamento nos estudos em análise que indica tais relações, conforme mostra a figura 4.

Figura 4 – Índice de similaridade relacionado aos termos *chefs* e agricultores



Fonte: Elaborada pelo autor (2020)

Além do emprego de alimentos locais, em conjunto com as técnicas especializadas, e de preparo autêntico (Zaneti; Schneider, 2016b), com a promoção da gastronomização da agricultura familiar (Guilherme; Portilho, 2018), os estudos também evidenciam um papel social a ser percorrido pelos *chefs*. Estes, além de manipular os alimentos, conhecer as práticas produtivas e toda a sua cadeia, precisam respeitar os períodos de oferta dos ingredientes, os efeitos oriundos do transporte e a pressão de uso do ambiente (Severo; Silva; Miranda, 2018; Guilherme; Portilho, 2018).

Os *chefs* também devem estimular a independência dos agricultores de si próprios e, aliados a políticas públicas, viabilizar uma autonomia à operacionalização da oferta desses alimentos aos estabelecimentos gastronômicos (Zaneti; Schneider, 2016b). Além disso, as escolas de formação gastronômica, em geral, precisam contribuir, no sentido de oportunizar aos acadêmicos o acesso a informações sobre os alimentos locais, os agricultores e suas técnicas de produção (Balestro; Zaneti, 2015).

Tabela 3 – Iniciativas necessárias para a promoção dos alimentos nos restaurantes

Como estimular os alimentos nos estabelecimentos?	N.º de estudos
Sem apontamentos	9
Formação de redes: de cooperação entre os setores (produtores, restaurantes, turismo e transporte)	7
Apoio governamental	6
Melhorar infraestrutura dos locais de vendas	6
Conscientização local	4
Organização da logística/distribuição	4
<i>Marketing</i>	3
Incentivar o consumo consciente dos clientes sobre o que é um alimento local	3
Capacitação da mão de obra nos estabelecimentos	2
Ajuda financeira dos agricultores	1
Planejamento estratégico dos produtores	1

Fonte: Elaborada pelo autor (2020)

Por fim, conforme denota a tabela 3, os estudos sintetizam que os usos dos alimentos também implicam certas dificuldades aos estabelecimentos culinários, principalmente no que tange a:

- i) variabilidade da demanda dos produtos pelos restaurantes (Balestro; Zaneti, 2015; Zaneti; Schneider, 2016b; Guilherme; Portilho, 2018);
- ii) os locais para compras serem insuficientes (Zaneti; Schneider, 2016b; Guilherme; Portilho, 2018);
- iii) falta de sistemas entregas dos alimentos aos restaurantes (Zaneti; Schneider, 2016b; Guilherme; Portilho, 2018);
- iv) produtos serem despadronizados e sem certificação (Balestro; Zaneti, 2015; Junqueira; Anjos, 2019), embora haja um destaque para os mecanismos de certificação social, baseados na confiança ao produtor (Guéneau *et al.*, 2017);
- v) quantidade reduzida dos produtos disponíveis (Balestro; Zaneti, 2015).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa objetivou investigar estudos brasileiros sobre a aplicação de alimentos locais em serviços voltados para a preparação de comida, sendo executada por meio da coleta e análise de 25 artigos, publicados no período de 2004 a 2020.

Por intermédio dos estudos, percebeu-se que a literatura se debruçou, principalmente, sobre os sujeitos envolvidos nesse campo contextual, como os produtores e os *chefs*, bem como nos tipos de alimentos utilizados e na sua importância para o turismo gastronômico. Esses usos podem estar associados a fatores simbólicos, evocando-se a memória histórica, o patrimônio cultural, e pela personificação do ambiente e do lugar nos alimentos para os consumidores e cozinheiros. Descreveu-se, assim, como os tipos de alimentos e seus respectivos símbolos são capazes de retratar as pessoas e o lugar.

Os alimentos locais, que podem ser considerados ingredientes singulares nos serviços gastronômicos, foram retratados principalmente em contextos simbólicos, durante os processos de elaboração dos respectivos pratos. Contextos sócio-históricos, como os movimentos migratórios planetários, agregaram substancialmente à cultura alimentar, como durante a criação e preparação dos cardápios. As técnicas de preparo oriundas de cozinhas estrangeiras (como a alemã, a italiana e a portuguesa) foram adaptadas em diferentes regiões brasileiras, com o uso dos respectivos produtos advindos de produtores locais.

Os estudos analisados também permitiram destacar sobre os diferentes mercados de abastecimento, buscados pelos estabelecimentos de culinária, visando adquirir os produtos, passando por feiras livres e pelos mercados municipais. Nesses mercados, foi possível sintetizar um campo subjetivo/simbólico das relações interpessoais, com a ocorrência de interações entre *chefs* e produtores locais, que se alinham com os debates sobre os circuitos curtos de comercialização, como a proximidade e o afeto entre os sujeitos; a “construção” do sabor e do gosto local; a interação entre as especificidades do ambiente e do clima, com a sazonalidade do sistema produtivo. Tudo isso alcança, assim, a elaboração dos *menus*.

A pesquisa possibilitou, ainda, identificar algumas vantagens e oportunidades provenientes do alinhamento entre os atores envolvidos, como a valorização dos produtores e seus respectivos produtos, auferindo-lhes maior visibilidade e ganhos mais elevados, e a redução da intermediação produtiva com os estabelecimentos gastronômicos. Entretanto tal mercado apresenta alguns percalços, como a reduzida demanda desses produtos pelos

estabelecimentos de alimentação e consumidores, a quantidade de produtos ofertados ser insuficiente e questões legais, como as certificações sanitárias.

Por fim, os estudos aqui reportados permitem considerar algumas agendas futuras, visando à realização de potenciais pesquisas, como no diálogo mercadológico entre os estabelecimentos gastronômicos e os produtores locais, de forma a ultrapassar as barreiras dos estudos de caso, que são mais específicos e pontuais, o que permitirá uma visão mais robusta sobre a inclusão desses alimentos nos cardápios.

Por outro lado, no campo dos projetos de pesquisa e extensão universitária, englobar as instituições de ensino nos processos de intermediação e estreitamento do relacionamento entre produtores locais e estabelecimentos gastronômicos pode ser visto como uma oportunidade para o desenvolvimento desse mercado e no fomento de políticas públicas, o que também possibilitará ganhos para o conhecimento científico nos temas que envolvem a alimentação e o mundo rural.

REFERÊNCIAS

ASHTON, M. S. G.; MULLER, A. C. Turismo y patrimonio: herencia de la colonización alemana en la gastronomía de Novo Hamburgo (RS, Brasil). **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 22, n. 6, p. 1.197-1.213, 2013.

BALESTRO, M. V.; ZANETI, T. B. Valoração de produtos tradicionais no circuito gastronômico: lições do Cerrado. **Sustentabilidade em Debate**, v. 6, n. 1, p. 22-36, 2015.

BESSIÈRE, J. Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. **Sociologia Ruralis**, v. 38, n. 1, 1998.

BETTI, P.; DENARDIN, V. F. Turismo de base comunitária e desenvolvimento local em Unidades de Conservação: estudo de caso no Restaurante Ilha das Peças, Guaraqueçaba – PR. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 19, n. 1, p. 1-15, 2019.

BORTNOWSKA, K.; ALBERTON, A. Comida local y memoria gustativa: el Tiroloerfest de Treze Tílias (Brasil). **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 24, n. 3, p. 736-754, 2015.

BRAGHINI, C. R.; GOMES, L. J.; RIBEIRO, A. S. Perspectivas de sustentabilidade ecológica do turismo em Xingó, SE/AL. **Revista Geográfica Acadêmica**, v. 3, p. 56-69, 2009.

BRILLAT-SAVARIN, J. A. **The physiology of taste or, meditations on transcendental gastronomy**. Tradução de M. F. K. Fisher. Nova York: Alfred A. Knopf, 2009.

CERETTA, C.; HERES, D. S. El festival del bacalao como manifestación de la gastronomía portuguesa en Pelotas, Brasil. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 21, n. 6, p. 1.558-1.577, 2012.

CORREIA, C. B. L.; VASCONCELOS, V. H. R. de; SILVA, V. L. de A. S.; LUCENA, R. F. P. de; PAULINO, F. de O. Percepção da culinária regional em festa popular no semiárido da Paraíba, Brasil. **Revista Brasileira de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 7, p. 139-153, 2020.

DANTAS, M. I. O chouriço no Seridó: transformação do sangue em doce. **Holos**, v. 20, n. 1, p. 1-16, 2004.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. *In*: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013.

- DÓRIA, C. A. Entre “porotos” e feijões. **Revista de Administração de Empresas**, v. 58, n. 3, p. 325-331, 2018.
- DUTRA, R. C. A. Maneiras de fazer, modos de proceder: a tradição reinventada do pão de canela na Serra da Mantiqueira, Minas Gerais. **Horizontes Antropológicos**, v. 18, n. 38, p. 237-253, 2012.
- ESTIVAL, K. G. S.; CORRÊA, S. R. S.; PITALUGA, C.; GOMES, J. C. Regional food and cuisine: the case of the Brotos Frutos Culinaria do Cerrado Association in Brazil. **Global Journal of Human-Social Science**, v. 19, p. 5-9, 2019.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- GUÉNEAU, S. G. E.; SÁ DINIZ, J. D. de A.; MENDONÇA, S. D.; GARCIA, J. P. Construção social dos mercados de frutos do Cerrado: entre sociobiodiversidade e alta gastronomia. **Século XXI – Revista de Ciências Sociais**, v. 7, p. 130-156, 2017.
- GUILHERME, N. O. S.; PORTILHO, M. F. F. Gastronomização da agricultura familiar: o caso do restaurante O Navegador. *In*: INTERNACIONAL CONFERENCE AGRICULTURE AND FOOD IN AN URBANIZING SOCIETY, 3. Porto Alegre, RS, Brasil, 2018. **Anais [...]**.
- GUILHERME, N. O. S.; PORTILHO, M. F. F. A. Gastronomização da agricultura familiar e a eticização da gastronomia: o caso dos ecochefs do Instituto Maniva. *In*: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 30., João Pessoa, Brasil, 2016. **Anais [...]**. p. 1-20.
- JOHANNSEN, E. M.; GASTAL, S. A.; BEBER, A. M. C. Gastronomia e turismo: panificação tradicional em São Gotardo, Caxias do Sul – RS, Brasil. **Revista Geografares**, v. 25, p. 199-217, 2018.
- JUNQUEIRA, A. H. Territórios alimentares e reinvenção das tradições na cozinha colonial da Serra Catarinense (SC): a experiência da Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia. **Revista Geografares**, v. 25, p. 216-236, 2018.
- JUNQUEIRA, L. D. M.; ANJOS, F. A. Características e influências da dimensão econômica da gastronomia criativa do Ribeirão da Ilha, em Florianópolis/SC, Brasil, para o turismo criativo local: estudo de caso de uma cidade criativa Unesco da gastronomia. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 16, n. 2, p. 95-121, 2019.
- MARCOS, E. N. F.; VON DENTZ, B. G. Z. Reconhecimento da identidade gastronômica dos imigrantes alemães no município de Águas Mornas – Santa Catarina: bases para o fortalecimento do turismo local. **Revista Pasos**, v. 9, p. 623-631, 2011.
- MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000.
- MARTINS, U. M. O.; GURGEL, L. I.; MARTINS, J. C. O. Experiências com a gastronomia local: um estudo de caso sobre movimento Slow Food e o turismo gastronômico na cidade de Recife – Brasil. **Revista Pasos**, v. 14, n. 1, p. 229-241, 2016.
- MULLER, M. Fronteira dos sentidos: os sabores do Pantanal. Dissertação (Mestrado em Estudos Fronteiriços) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Corumbá, 2012.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- RIBEIRO, J. N.; ANDRADE, T. S.; BRAGHINI, C. R. Sabores, saberes e o desenvolvimento do ecoturismo na comunidade Mem de Sá, Itaporanga D’Ajuda, estado de Sergipe. **Revista Pasos**, v. 12, p. 409-424, 2014.

SALES AGUIAR, E. P.; CARVALHO DE MELO, S. M. Um estudo da influência da cozinha internacional sobre a cozinha regional de Canoa Quebrada – CE. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 6, n. 1, p. 151-170, 2018.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar – o processo de realocização da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015.

SEVERO, J. M.; SILVA, V.; MIRANDA, T. M. O uso de produtos da agrobiodiversidade na gastronomia: uma parceria que dá certo. *In*: INTERNACIONAL CONFERENCE AGRICULTURE AND FOOD IN AN URBANIZING SOCIETY, 3., Porto Alegre, RS, Brasil, 2018. **Anais [...]**.

SILVA, J. G. Histórias sobre a região rural: memórias femininas e patrimônio cultural. **INTERthesis**, v. 6, n. 2, p. 30-44, 2009.

SOUSA, F. F.; VIEIRA-DA-SILVA, C.; BARROS, F. B. “Comida do sítio, comida de festa”: apropriações e usos alimentares do miriti nos contextos rural e urbano de Abaetetuba, Pará. **Acta Scientiarum Human and Social Sciences**, v. 38, n. 2, p. 143-151, 2016.

SPANHOL FINOCCHIO, C. P.; DEWES, H. Expressão do agronegócio nas políticas públicas relativas à obesidade nos Estados Unidos da América. **Revista Espacios**, v. 38, n. 17, 2017.

WORDSTAT. **WordStat user’s guide 9**. Provalis Research, 2021.

ZANETI, T. B.; SCHNEIDER, S. A conversa chegou à cozinha: um olhar sobre o uso de produtos agroalimentares singulares na gastronomia contemporânea. **Revista Mundi Meio Ambiente e Agrárias**, v. 1, n. 1, p. 1-27, 2016a.

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