

O USO DE PLANTAS BRASILEIRAS NA ALTA COZINHA: DISCUSSÃO DE CONFLITOS ENTRE MERCADO E DIREITOS SOCIAIS

USE OF BRAZILIANS PLANTS IN HAUTE CUISINE: DISCUSSION OF CONFLITS BETWEEN THE MARKET AND SOCIAL RIGHTS

Mariane Ravagio Catelli¹

Luciene Cristina Risso²

RESUMO

Este artigo baseia-se na pesquisa de doutorado da primeira autora. A pesquisa tem como proposta analisar de que forma se dá as relações entre a alta cozinha e as comunidades tradicionais quando se trata da utilização da biodiversidade brasileira na elaboração de pratos por estes restaurantes e para que se possibilite a discussão sobre os conflitos entre direitos sociais e o mercado. Com a pesquisa, espera-se ampliar a discussão sobre a alta cozinha e as comunidades tradicionais sob uma perspectiva geográfica, dando contribuições para que haja uma reflexão crítica e que essas relações possam ocorrer de modo mais igualitário entre os envolvidos.

PALAVRAS-CHAVE: GEOGRAFIA CULTURAL; GASTRONOMIA; COMUNIDADES TRADICIONAIS; DIREITOS SOCIAIS; ANÁLISE SOCIOAMBIENTAL.

ABSTRACT

This article is based on the doctoral research of the first author. The research aims to analyze how the relationship between haute cuisine and traditional communities takes place when it comes to the use of Brazilian biodiversity in the elaboration of dishes by these restaurants and to enable the discussion about the conflicts between social rights and the market. With the research, it is expected to expand the discussion on haute cuisine and traditional communities from a geographical perspective, making contributions so that there is a critical reflection and that these relationships can occur in a more equal way among those involved.

KEYWORDS: CULTURAL GEOGRAPHY; GASTRONOMY; TRADITIONAL COMMUNITIES; SOCIAL RIGHTS; SOCIO-ENVIRONMENTAL ANALYSIS.

INTRODUÇÃO

De acordo com Calixto (2000), o Brasil é o país com a maior diversidade biológica, possuindo aproximadamente 22% de todas as espécies vegetais do mundo. A biodiversidade

¹Doutoranda em Geografia, Departamento de Geografia/Instituto de Geociências e Ciências Exatas/Universidade Estadual Paulista – “Júlio de Mesquita Filho”. marianecatelli@gmail.com . ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4099-3604>

² Professora Doutora da Pós-Graduação em Geografia, Departamento de Geografia/Instituto de Geociências e Ciências Exatas e na graduação em Geografia no Campus de Ourinhos, Universidade Estadual Paulista – “Júlio de Mesquita Filho. luciene.risso@unesp.br . ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6238-356X>

brasileira chama atenção devido à grande diversidade de espécies e a possibilidade de seus variados usos.

Devido a isso, grande parte da população desconhece a fauna e a flora brasileira e, portanto, são vendidos como produtos “exóticos”, muitas vezes com um alto valor. O uso mercadológico de plantas e a relação com os direitos sociais vêm sendo discutido nos últimos anos no Brasil por diferentes áreas do conhecimento e, muitas vezes, essas discussões estão focadas nas grandes indústrias farmacêuticas ou de cosméticos. Entretanto:

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

Durante muito tempo falou-se sobre os possíveis benefícios trazidos pelo desenvolvimento sustentável, pois assim as grandes corporações iriam produzir pesquisa e desenvolvimento (P&D) em relação às plantas utilizadas e dessa forma conheceríamos seus princípios ativos, usos e afins. Um discurso um tanto inocente para o mundo capitalista, perante os acontecimentos e os lucros dessas empresas. Afirma Risso (2005, p. 127):

Diante destas contradições, podemos dizer que a ideia de desenvolvimento sustentável é utópica e desafiadora, na medida em que é grande o desafio de conciliar os objetivos do capitalismo com a conservação, porque, embora seja um estilo de Desenvolvimento, com 115 novas redefinições de objetivos e padrões no uso de recursos naturais, continua inserido no modo de produção capitalista.

Há outros nichos de mercado que também se apropriam do uso da biodiversidade brasileira, sendo um deles o da alimentação. Na pesquisa, optou-se por estudar a alta gastronomia, pois muitos restaurantes possuem institutos de pesquisas, são reconhecidos e promovem a visibilidade internacional do país. Além disso, são capazes de influenciar os demais restaurantes e chefs, lançando “tendências” no meio. O termo alta cozinha refere-se a restaurantes que priorizam a sofisticação de técnica e apresentação em seus pratos.

Durante muito tempo, a alta cozinha brasileira estava restrita a restaurantes franceses e italianos.

A percepção sobre a gastronomia está mudando ao longo dos anos. Recentemente, ela tem sido vista como uma ferramenta social capaz de transformar realidades, fazendo com que alimentar-se seja também um ato político. Portanto, um restaurante que diz realizar esse tipo de cozinha chama a atenção da mídia e das pessoas, fazendo com que a comida não seja “apenas” mais uma comida, mas que traga reflexões e beneficie outras pessoas. Todavia, para Fernandez-Armesto (2010), o crescimento da desigualdade socioeconômica fez com que a comida se tornasse um sinalizador de status social.

METODOLOGIA

Pode-se afirmar que o interesse pela cultura esteve presente na Geografia desde a sua institucionalização como ciência e o termo “Geografia cultural” foi utilizado pela primeira vez pelo geógrafo alemão Friedrich Ratzel. Por muito tempo os estudos culturais estiveram focados em pesquisar a materialidade da cultura – técnicas, utensílios e transformações da paisagem – uma visão reducionista sobre a cultura.

De acordo com Claval (1999), com o avanço da sociedade capitalista, as técnicas tornaram-se uniformes para deter a atenção dos pesquisadores e as representações passam a ser estudadas. Nos anos 70 do século XX, o geógrafo sino-americano Yi-Fu Tuan traz a abordagem humanista para os estudos geográficos, buscando compreender a experiência que as pessoas têm do mundo e como isso influi sobre suas ações.

Tuan (1983) também expressou sobre a importância dos sentidos para a apreensão do mundo e da paisagem. Um destes sentidos é o paladar e, para alguns autores como Marandola Jr. (2012), o sabor é sensação, sentido e conhecimento – de si e do mundo – e está na essência da experiência geográfica e é essencial para a compreensão de uma paisagem.

O sabor da geografia pode conduzir ao entendimento mais estreito homem-lugar e de sua identidade territorial. Devemos reconhecer no sabor uma expressão geográfica, pois assim, se manifesta enquanto valorização da paisagem. O sabor está intimamente ligado à paisagem e ao lugar, transformando-se em gosto ou degustação via paladar (GRATÃO; MARANDOLA JR., 2011, p. 65)

Marandola Jr. (2012) afirma que o sabor enquanto experiência geográfica pode fazer com que haja uma vivência hedonista, na qual se busca o prazer. Entretanto, Bell (1978) afirma que o hedonismo, por meio da busca pela experiência estética e da autorrealização individual se integra mal ao mundo capitalista. Para Cosgrove (2011, p.119), “na sociedade de classes, a cultura é o produto de experiência de classes”. Dessa forma, a alimentação também está sujeita a significações e atributos culturais, fazendo com que determinados alimentos sejam mais ou menos valiosos. O autor utiliza o exemplo de um tomate:

O tomate, um objeto natural, é tirado do pé, é cortado e apresentado como alimento humano. O objeto natural tornou-se objeto cultural, foi-lhe atribuído um significado. O significado cultural é introduzido no objeto e também pode ligá-lo a outros objetos aparentemente não relacionados a ele na natureza. Dizer que o tomate é um produto cultural não significa que suas propriedades naturais estejam perdidas. Sua cor e peso estão inalterados, uma análise clínica produziria os mesmos resultados antes ou depois do evento cultural. Mas foram acrescentadas a estas propriedades atributos culturais que podemos identificar e discutir” (COSGROVE, 2011, p. 102 – 103)

Para os geógrafos da Nova Geografia Cultural, como Cosgrove (2011), é necessário estar atento à produção simbólica que é apreendida como cultura hegemônica de classe a ser imposta para todas as outras. Oliveira (2012) questiona: “qual é o sabor imaginário atual?”. Pode-se ir além nesta pergunta: afinal, quem se apropria do sabor imaginário atual?

Então, têm-se o exemplo do premiado - nacionalmente e internacionalmente - restaurante D.O.M., localizado na cidade de São Paulo e comandado pelo *chef* Alex Atala, que seleciona sabores da Amazônia, Cerrado e demais biomas brasileiros e diz promover a cozinha brasileira.

Ao frequentar um restaurante de alta gastronomia em uma metrópole, efetivamente se está consumindo a paisagem da Amazônia? Pode-se ter a experiência do Cerrado? Ou o que é consumido não passa de um simulacro com produtos que foram selecionados por um *chef*, que provavelmente possui interesses ao selecionar determinados ingredientes – como a baunilha do Cerrado? E, por último, quem pode consumir esse produto?

Com isso, há a apropriação de alimentos, que muitas vezes estão em áreas de reserva de comunidades tradicionais. Em alguns restaurantes brasileiros fala-se sobre a origem dos alimentos e seus produtores, o que pode funcionar como uma estratégia de

marketing, já que não há garantias que esta troca entre restaurante e produtores se dê de forma justa.

DESENVOLVIMENTO

Em 1999, o restaurante D.O.M., comandado pelo chef Alex Atala, foi inaugurado em São Paulo com a proposta de revolucionar a alta cozinha brasileira, trazendo ingredientes, sabores e pratos que remetessem ao Brasil ao buscar sua influência principalmente na Amazônia e tentando mostrar para o mundo que a cozinha brasileira também poderia ser sofisticada. Com o tempo, Atala foi conquistando espaço e atualmente seu restaurante é reconhecido em todo o país e internacionalmente, por meio de premiações, divulgação da mídia e afins. Devido ao sucesso de sua proposta, outros restaurantes de alta cozinha também começaram a focar no desenvolvimento da cozinha brasileira.

Estes restaurantes, que em sua maioria estão no Sudeste – com foco em São Paulo e Rio de Janeiro, trazem ingredientes de outros biomas brasileiros, alguns desconhecidos até então. Alguns destes estabelecimentos, como o D.O.M., foram além das cozinhas e abriram institutos, como por exemplo o Instituto ATA, para “estruturar as cadeias e ir em busca de ingredientes, de uma cozinha que não fosse somente boa de comer, mas que fosse saudável pra quem faz, pra quem come e pra quem produz”. No site de seu restaurante, é possível encontrar as seguintes afirmações:

É preciso cozinhar e comer como cidadão. Para o chef Alex Atala, mais que uma filosofia, essa frase traduz uma forma de ver e desenvolver sua gastronomia no restaurante D.O.M. Privilegiar ingredientes genuinamente brasileiros ou voltar os olhos para determinada região, dando preferência aos ingredientes cultivados pelo pequeno agricultor, comunidades ribeirinhas ou produtos regionais, assim fomentando a cultura local, é uma atitude individual em favor de um coletivo que está sempre presente em seus cardápios, eventos, aulas e projetos. Trata-se de uma nova forma de praticar a gastronomia, uma gastronomia sustentável no sentido mais amplo da palavra. Veja alguns parceiros do projeto. (D.O.M., [S.I])³

Em seguida, cita o exemplo de alguns ingredientes e quais são suas proveniências: pripioca, arroz preto, arroz vermelho e miniarroz, palmito pupunha, ervas, flores e brotos.

3

Entretanto, em nenhum momento está explícito de que forma se dá a relação na cadeia produtiva e diversos questionamentos começam a surgir. Será que a relação entre os restaurantes da alta cozinha brasileira se dá de maneira similar as grandes indústrias com os produtores e as comunidades tradicionais?

No dia 17 de julho de 2019, o site “De olho nos ruralistas – observatório do agronegócio do Brasil” divulgou uma reportagem chamada “Alex Atala registra marcas da baunilha do Cerrado, alimento tradicional dos quilombolas”, de Caio de Freitas Paes⁴. Ao longo da reportagem, o jornalista afirma que o projeto “Baunilha do Cerrado” foi desenvolvido entre 2016 e 2018, pelo Instituto ATA, comandado pelo *chef* paulista no território do Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga. A imagem 1, disponível na reportagem, mostra o preço de um tipo de baunilha comparada a prata no mercado internacional:



Figura 1. Gráfico do preço da baunilha mostrado na reportagem

Fonte: <https://deolhonosruralistas.com.br/2019/07/17/instituto-de-alex-atala-registra-marcas-da-baunilha-do-cerrado-alimento-tradicional-dos-quilombolas/>

De acordo com o Instituto, um dos objetivos do projeto foi “ajudar os quilombolas a formar uma cadeia produtiva da espécie”. Aproximadamente 90 por cento do projeto de R\$424 mil foi financiado pela Fundação Banco do Brasil e o Instituto ATA obteve registro do

⁴ 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 02 jan. 2021

uso do nome popular (Baunilha do Cerrado) junto ao INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) e em diversos momentos não houve a participação da comunidade nas decisões tomadas. A falta de participação da própria comunidade em assuntos de seu interesse é recorrente quando o mercado é envolvido

Parte dos projetos voltados a essas populações não se mostraram compensatórios, nem garantiram autonomia e livre escolha. A advertência de algumas vezes representativas dos índios e indigenistas, como de outros desfavorecidos pela diferença cultural, é de que, em geral, as populações são tratadas como vítimas passivas ou simples receptáculos de projetos impostos de cima. Muitas vezes os proponentes partem de uma visão bem-intencionada, mas paternalista e economicista, que não leva em conta a especificidade cultural, os direitos à autodeterminação, opções diversificadas, sequer as produções costumeiras, voltadas à auto-sobrevivência e ao autoabastecimento. (LEONEL, 2000, p. 331)

No site do Instituto ATÁ há uma resposta à reportagem, onde destaca-se os seguintes trechos:

O ATÁ não usou nem usará a marca em lojas ou pontos comerciais e já assumiu o compromisso público, registrado em cartório, de ceder o uso da marca a entidades ou pessoas ligadas territorialmente ou ancestralmente à baunilha do cerrado. Desta forma, não há risco de um terceiro que não tem ligação com o projeto explorar a marca do projeto baunilha do cerrado em estabelecimentos comerciais.

Em momento algum o Instituto ATÁ excluiu qualquer membro quilombola, principalmente a associação, e sempre teve o cuidado em envolvê-los e mantê-los informados das ações. [...]

É importante frisar que em projetos com comunidades tradicionais algumas famílias se envolvem mais que as outras, o que também aconteceu neste projeto, mas isso não significa que o Instituto ATÁ tenha deixado de envolver a associação.⁵

Os restaurantes e seus institutos dedicam-se a transmitir uma ideia de que funcionam como entidades do terceiro setor, criando uma imagem de Organização Não-Governamental informal que colabora para a formação de cadeias produtivas, gerando impactos positivos para a comunidade.

É importante ressaltar que com isso há a ausência de vínculos políticos. Por exemplo, até o momento não havia nenhuma informação nos sites dos restaurantes pesquisados sobre a compra de mercadorias do Movimento Sem-Terra (MST), um grande produtor de alimentos orgânicos no Brasil.

⁵ Disponível em <http://www.institutoata.org.br/pt-br/projeto-baunilha-do-cerrado.php> Acesso em 23 out. 2020

AS RELAÇÕES DA ALTA GASTRONOMIA COM AS COMUNIDADES TRADICIONAIS

Um dos objetos de estudo da Antropologia é a alimentação e a relação dos seres-humanos com a comida. O antropólogo Claude Lévi-Strauss (1908 – 2009), fundador da Antropologia Estrutural, fez importantes contribuições para o assunto, realizando diversas pesquisas em comunidades indígenas nas Américas, publicando a série “Mitológicas” em quatro volumes: “O cru e o cozido” (1964), “Do mel às cinzas” (1967), “Origens da maneiras à mesa” (1968) e “O homem nu” (1973).

Seus estudos afirmam que o ato de cozinhar é um articulador entre a natureza e a cultura, pois há a transformação de alimento em comida, fazendo com que a cozinha seja uma linguagem e uma forma de comunicação, incorporando múltiplas dimensões dos indivíduos.

Nos anos 1980, Carlos Petrini funda o movimento *Slow Food*, antagônico às redes crescentes de *fast food* ao redor do mundo. Têm como princípio básico o direito ao prazer pela alimentação, utilizando produtos que respeitem o meio ambiente e os produtores, fazendo com que as relações entre prato e planeta não sejam ignoradas. Em 1989, o movimento se tornou uma associação internacional sem fins lucrativos e atualmente possui apoiadores em mais de 150 países.

A grande mídia e grandes críticos gastronômicos tratam a relação entre a alta cozinha e as comunidades como resgate e valorização dos alimentos tradicionais. Porém, uma análise crítica é necessária para compreender efetivamente quais as relações entre os restaurantes, e conseqüentemente do mercado, e as comunidades que fornecem os alimentos.

Para Naoufal (2016), a exploração ambiental mostra mais desvantagens do que vantagens e que a injustiça ambiental ocorre com a falta de democracia real, mostrando que as desigualdades socioecológicas estão atreladas às questões de raça, etnia, gênero, nacionalidade, classe social, localização geográfica e afins.

Os movimentos por justiça ambiental surgiram de forma organizada nos anos 1980 nos Estados Unidos da América visando as resoluções para as injustiças sócio-ecológicas. A partir dos anos 2000, o movimento passa a se interessar pela distribuição de bens e serviços. Por isso:

As lutas por justiça ambiental, tal como caracterizadas no caso brasileiro, combinam assim: a defesa dos direitos a ambientes culturalmente específicos – comunidades tradicionais situadas na fronteira da expansão das atividades capitalistas e de mercado; a defesa dos direitos a uma proteção ambiental equânime contra a segregação socioterritorial e a desigualdade ambiental promovidas pelo mercado; a defesa dos direitos de acesso equânime aos recursos ambientais, contra a concentração das terras férteis, das águas e do solo seguro nas mãos dos interesses econômicos fortes no mercado (ACSELRAD, 2010, p. 114).

A autora e ativista indiana Vandana Shiva escreveu um livro chamado “Quem realmente alimenta o mundo? As falhas do agronegócio e a promessa da agroecologia”. Em suas obras permeia o conceito de biodiversidade como “capital natural”, importante para a sobrevivência de determinadas comunidades:

A biodiversidade, a diversidade de formas de vida - plantas, animais, microorganismos -, é a base ecológica da vida. Também é o "capital natural" de dois terços da humanidade que depende da biodiversidade enquanto meio de produção - na agricultura, pesca, cuidados de saúde, e na produção de utensílios. Essa base de sobrevivência dos pobres é agora considerada como "matéria prima" para negócios e indústrias globais, porque, por um lado, as antigas tecnologias químicas já estão a falhar, tanto na agricultura como na saúde, e, por outro lado, a acumulação continuada de capital está a conduzir o lançamento de novas tecnologias, como a biotecnologia, para o aumento de controle sobre os mercados e os recursos. (SHIVA, 2005, p.319)

A indústria cultural que “glamouriza” a alta cozinha brasileira que utiliza os alimentos produzidos pelas comunidades tradicionais. Uma pergunta que se faz necessária é se, da mesma forma em que esses restaurantes são reconhecidos, também há o devido valor, econômico e social, para os atores que estão na base da cadeia produtiva.

De acordo com Fischler (1995, p. 20), “o homem nutre-se de nutrientes, mas também de imaginários que são partilhados socialmente”. Deste modo, é interessante para a elite, que, historicamente, frequenta os restaurantes da alta cozinha nacional, acreditar que está promovendo a cozinha brasileira. A isto se soma a falsa noção de que, supostamente, ocorra de forma concomitante uma contribuição para o fortalecimento de

pequenos produtores e comunidades tradicionais, de maneira que se consome um simulacro, como exemplifica Harvey no trecho abaixo:

A cozinha do mundo inteiro está presente atualmente num único lugar de maneira quase exatamente igual à da redução da complexidade geográfica do mundo a uma série de imagens numa estática tela de televisão. [...] A implicação geral é de que, por meio da experiência de tudo – comida, hábitos culinários, música, televisão, espetáculos e cinema –, hoje é possível vivenciar a geografia do mundo vicariamente, como um simulacro. O entrelaçamento de simulacros da vida diária reúne no mesmo espaço e no mesmo tempo diferentes mundos (de mercadorias). Mas ele o faz de tal modo que oculta de maneira quase perfeita quaisquer vestígios de origem, dos processos de trabalhos que o produziram ou das relações sociais implicadas em sua produção (HARVEY, 1992, p. 270 – 271).

É necessário compreender o caráter simbólico da cozinha e da alimentação, quais são as relações de determinada comunidade com o alimento que produz para ser utilizado em restaurantes de lugares distantes e quais as relações dos restaurantes e seus consumidores com determinado produto.

Para Harvey, a partir do ano 1972, houve uma mudança significativa do mundo e na forma que experimentamos o tempo e o espaço e que o mundo pós-moderno está repleto de múltiplos disfarces e é um campo minado de noções conflitantes.

As condições de trabalho e de vida, a alegria, a raiva ou frustração que estão por trás da produção de mercadorias, os estados de ânimos dos produtores, tudo isso está oculto de nós ao trocarmos um objeto (o dinheiro) por outro (a mercadoria). Podemos tomar nosso café da manhã sem pensar na miríade de pessoas envolvidas em sua produção. Todos os vestígios de exploração são obliterados no objeto – não há impressões digitais da exploração no pão de cada dia. Não podemos dizer, a partir da contemplação de um objeto no supermercado, que condições de trabalho estiveram por trás da sua produção. O conceito de fetichismo explica como, em condições de modernização capitalista, podemos ser tão objetivamente dependentes de ‘outros’ cuja vida e aspirações permanecem tão opaca para nós (HARVEY, 1993, p. 98)

A gastronomia está em alta e despertando o interesse dos brasileiros. Entretanto, são necessárias umas pitadas de criticidade quando se fala em comida: de onde vem? quem produz? de que forma se dá essa relação? A Geografia é capaz de contribuir com essas análises e a pesquisa se propõe a estudar a relação entre as comunidades tradicionais e a alta cozinha brasileira, discutindo sobre os conflitos entre os direitos sociais e o mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muitas vezes, a discussão sobre mercado de plantas nativas está focada nas empresas de cosméticos e farmacêuticos, fazendo parecer natural que restaurantes utilizem esses ingredientes como alimento para compor seus cardápios.

Entretanto, a partir do caso “Baunilha do Cerrado” e o *chef* Alex Atala, pode-se discutir que a relação entre os restaurantes e as comunidades tradicionais são permeadas por contradições, podendo fazer com que essas comunidades fiquem reféns desse tipo de projeto por dependerem economicamente apenas da sua biodiversidade.

A grande mídia especializada (nacional e internacional) também não produz nenhuma crítica ou reflexão sobre o uso desses ingredientes, tratando como um resgate de plantas e saberes nacionais. Entretanto, como já mencionado, as relações podem dar-se de maneira conflituosa, não respeitando as comunidades envolvidas.

Portanto, se faz necessário investigar a cadeia produtiva que envolve a alta gastronomia, pois ela pode ser tanto a solução, principalmente por gerar benefícios econômicos, ou problema para as comunidades envolvidas, principalmente quando ela é tratada de maneira passiva, sendo apenas receptora de projetos.

Para isso, os próximos passos desta pesquisa são: avaliar os cardápios dos restaurantes de alta cozinha para analisar os produtos utilizados, em direção a realizar o rastreamento de sua origem. Após estas etapas, estão previstas entrevistas com os *chefs* e as comunidades tradicionais escolhidas.

Espera-se com esta pesquisa de doutorado analisar e discutir as relações entre a alta cozinha nacional que utiliza os ingredientes tipicamente brasileiros e as relações com as principais comunidades de onde os produtos são originados, contribuindo com a discussão sobre os conflitos entre o mercado e os direitos sociais, sob uma perspectiva geográfica.

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente minha orientadora, Professora Doutora Luciene Cristina Risso, por todo carinho e apoio. Também gostaria de estender o agradecimento para João Antônio Ribeiro Neto por toda ajuda e parceria, em todos os momentos.

REFERÊNCIAS

- ACSELRAD, H. Ambientalização das lutas sociais - o caso do movimento por justiça ambiental. **Estudos avançados**. São Paulo, v. 24, n. 68, 2010. p. 103-119. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340142010000100010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 28 Ago. 2019.
- BELL, D. **The cultural contradictions of capitalism**. Nova Iorque: Basic Book, 1978.
- COSGROVE, D. E. Em direção a uma Geografia cultural radical: problemas na teoria. In: CORRÊA; R. L.; ROSENDAHL, Z. (org.). **Introdução à geografia cultural**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011. p. 103-134.
- CLAVAL, P. **A Geografia Cultural**. Florianópolis: EDUSC, 1999.
- D.O.M. **Por trás do sabor**. [S.l.] Disponível em: <<http://domrestaurante.com.br/pt-br/sabor.html>>. Acesso em 28 ago. 2019
- FERNANDEZ-ARMESTO, F. **Comida: uma história**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- FISCHLER, C. **El (h)omnívoro: el Gusto, la Cocina y el Cuerpo**. Barcelona: Anagrama; 1995.
- GRATÃO, L. H. B.; MARANDOLA JR., E. Sabor da, na, para a Geografia. **Geosul**, v. 26, n. 51, 2011, p. 59 – 74.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.
- JOLY, C. A. *et al.* Diagnóstico da pesquisa em biodiversidade no Brasil. **Revista USP**, São Paulo, n. 89, maio 2011. Disponível em <http://rusp.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010399892011000200009&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 02 jan. 2021.
- LEONEL, M. Bio-sociodiversidade: preservação e mercado. **Estudos avançados**. São Paulo, v. 14, n. 38, p. 321-346, 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340142000000100019&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 02 jan. 2021.
- MARANDOLA JR, E. Sabor enquanto experiência geográfica: por uma geografia hedonista. **Geograficidade**, v.2, n. 1, p. 42 – 52, 2012
- NAOUFAL, N. Connexions entre la justice environnementale, l'écologisme populaire et l'écocitoyenneté. **Vertigo** - la revue électronique en sciences de l'environnement, Volume 16 Numéro 1 | mai 2016, mis en ligne le 09 mai 2016: Disponível em: <<http://vertigo.revues.org/17053>>
- PAES, C. F. **Alex Atala registra marcas da baunilha do Cerrado, alimento tradicional dos quilombolas**. De olho nos ruralistas. Disponível em: <<https://deolhonosruralistas.com.br/2019/07/17/instituto-de-alex-atala-registra-marcas-da-baunilha-do-cerrado-alimento-tradicional-dos-quilombolas/>>. Acesso em 28 ago. 2019.
- RISSO, L. C. **Paisagem, cultura e desenvolvimento sustentável: um estudo da comunidade indígena Apurinã na Amazônia Brasileira**. Tese (Doutorado em Geografia). Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2005.

SHIVA, V. Biodiversidade, Direitos de Propriedade Intelectual e Globalização. In Boaventura de Sousa Santos (org.). **Semear outras soluções: os caminhos da biodiversidade e dos conhecimentos rivais**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: Difel, 1983