



Conexão Essencial:
o produtor familiar
e a cozinha

SEMANA
MESA SP

O futuro acontece aqui

MESA

TENDÊNCIAS

CONGRESSO INTERNACIONAL DE GASTRONOMIA

ANAIS

4 E 5 DE NOVEMBRO DE 2014



Congresso Internacional de Gastronomia – Mesa Tendências 2014

Anais do Congresso Internacional de Gastronomia – Mesa
Tendências 2014 / Centro Universitário Senac – São Paulo, 04 e
05 de Novembro de 2014.

ISSN: **2179-4766**

CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

Reitor Sidney Zaganin Latorre

DIRETORIA DE GRADUAÇÃO

Diretor Eduardo Mazzaferro Ehlers

DIRETORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, EXTENSÃO e EAD

Diretor Daniel Garcia Côrrea

COORDENAÇÃO DE EVENTOS

Coordenadora Isabella Limões Lopes Cancado

COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL DE PESQUISA

Coordenadora Luciana Mara Ribeiro Marino

SECRETÁRIA DO MESA TENDÊNCIAS 2014

Sheila Quaresma Sana

COMITÊ CIENTÍFICO INTERNO

Profª. Mª. Ana Marta de Brito Borges Avelãs de Araujo

Profº. Mº Evandro Noro Fernandes

Profª. Dra. Ingrid Schmidt-Hebbel Martens

Profª. Mª. Irene Coutinho de Macedo Silva

Profº. Mº. Marcelo Traldi Fonseca

Profª. Dra. Roseli de Sousa Neto

SUMÁRIO

Aproveitamento integral dos alimentos e cultura alimentar	7
Queijo Canastra: bom, limpo e justo	9
O pão patrimonializado e o hambúrguer deslocalizado modelos alimentares em ação	11
Preparações gastronômicas com alimentos presentes na cultura brasileira: goiaba	13
Festival gastronômico Cerrado Week: valorização e uso do bioma cerrado na gastronomia	15
A Identidade da cultura gastronômica acreana	17
Proposta gastronômica para a valorização da cultura alimentar brasileira: escondidinho de abobrinha e frango cremoso	19
O agroturismo como renda alternativa para pequenos produtores de bebidas alcoólicas: uma análise do Vale do Paraíba e da cidade de São Roque/ SP	21
O brigadeiro na vida do paulistano, seu consumo e as relações de hospitalidade.....	23
Resgate do valor nutricional do cambuci	25
Doce que te quero doce: uma proposta de intervenção.....	27
Purê de mandioquinha: uma proposta gastronômica para pacientes com câncer de cabeça e pescoço	30
Resgatando cultura e sabores para o consumo do Feijão Jalo	32
A cozinha de ingredientes, a agricultura familiar e a cultura das trocas: uma possível tríade para o estímulo da produção e do consumo de cogumelos no Brasil	34
Padarias como local para reuniões executivas.....	36
A gastronomia auxiliando no manejo dietoterápico da insuficiência cardíaca	38
Sopa de creme de cará com taioba: preparação gastronômica para o incentivo ao consumo da taioba.....	40
Geração de renda através da gastronomia: a erva mate e os pequenos produtores.....	42
Perda da soberania alimentar: feijão <i>made in</i>	44
Feiras de Sergipe “um resgate dos alimentos do campo para a mesa da cultura”	46
Pão de milho tradicional de São Bonifácio: revisado e adaptado.....	48
A importância das cooperativas na melhoria da qualidade da farinha de mandioca e capacitação da agricultura familiar	49

A cozinha gaúcha: um resgate dos sabores e saberes da gastronomia do Rio Grande do Sul	51
Das panelas das nossas avós aos restaurantes de alta gastronomia: os processos sociais de valorização de produtos agroalimentares tradicionais	53
Manjuba: resgate cultural, nutricional e gastronômico	55
O vinho biodinâmico brasileiro no mercado nacional e internacional	57
A gastronomia nos mercados públicos recifenses	59
Do camponês ao <i>chef</i> – a importância do território na gastronomia.....	61
Estudo sobre a cozinha italiana nas fazendas de café em São Paulo, entre 1880 e 1930	63

APROVEITAMENTO INTEGRAL DOS ALIMENTOS E CULTURA ALIMENTAR

Camila Rodrigues da Silva¹

No Brasil ainda existe muito desperdício de alimentos, são toneladas de lixo orgânico que se perdem. Isso ocorre porque muitas vezes não se sabe como armazenar e preparar corretamente esses alimentos. O aproveitamento integral dos alimentos possui como princípio básico a diversidade de alimentos e a complementação de refeições, com o objetivo de reduzir custo, proporcionar preparo rápido e oferecer paladar regionalizado. Estudos mostram que o ser humano necessita de uma alimentação sadia, que podem ser alcançadas com parte de alimentos não convencionais, ou seja, que normalmente são desprezadas. Essas perdas podem ser decorrentes das plantações, transporte, armazenamento inadequado e o preparo incorreto dos alimentos. Os produtos que podem ser utilizados para complementar a dieta convencional são os pós de sementes ou cascas, farelos de trigo, milho, arroz, farinhas torradas, tubérculos e raízes. Esse desperdício pode ser recorrente de cultura alimentar local já que se pode perceber que as pessoas não utilizam as partes convencionais dos alimentos por não saberem como aplicá-las na culinária e pela falta de incentivo do meio que elas vivem. Esse quadro alimentar atual pode ser revertido através da conscientização por meio da educação nutricional. Assim, este trabalho teve como objetivo desenvolver uma oficina culinária sobre o aproveitamento integral dos alimentos para donos de bares e/ou restaurantes, donas de casa, merendeiras e produtores agrícolas de uma comunidade. Em parceria com o Projeto Rondon realizado em julho de 2014 em Claro dos Poções – MG realizou-se duas oficinas tendo como principal objetivo sensibilizar e subsidiar o público sobre a importância do conhecimento técnico dos alimentos para valorização de seus produtos agrícolas, mostrando as possíveis variações de preparações com cada alimento e transformação de seus produtos a fim de agregar valor comercial e minimizar o desperdício dos alimentos aproveitando as riquezas alimentares da região que apresenta intensa atividade agrícola como o cultivo de mandioca, milho, abóbora, arroz, frutas regionais como pequi e entre outros alimentos. Nas oficinas foi possível observar a diversidade de público que se interessou sobre o assunto, ao todo foram 30 participantes que interagiram durante as palestras expondo seus conhecimentos e curiosidades. Ao final das oficinas foram distribuídas cartilhas com orientações mencionadas durante a capacitação. Para demonstração prática do uso integral de alimentos e resgate da cultura alimentar foram servidas aos participantes,

¹ Centro Universitário Senac – Santo Amaro

duas preparações: bolo de casca de abóbora com cobertura de chocolate e docinho de casca de banana. Após a degustação os participantes foram convidados a compartilharem seus conhecimentos gastronômicos a fim de ser elaborado um livro de receitas para a população do município e também para o turismo local. Com esse trabalho foi possível envolver a comunidade de um município gerando alternativas para o consumo integral dos alimentos, valorizando a cultura alimentar local e os recursos disponíveis.

Palavras-chave: aproveitamento integral; desperdício; alimentação; cultura alimentar; projeto rondon.

QUEIJO CANASTRA: BOM, LIMPO E JUSTO

João Batista Villas Boas Simoncini¹

Cesar De David²

Luciano Carvalho Machado³

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo explicar o processo de produção do queijo Canastra, apresentando seu atual processo de fabricação, bem como os fatores que resultaram, recentemente, em um embate científico, jurídico e econômico em torno deste produto. Buscou-se, ainda, mostrar a versatilidade do queijo Canastra na gastronomia. Neste sentido, é importante ressaltar que a produção do queijo Canastra, considerado patrimônio cultural imaterial pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA/MG) pode ser considerada como um dos fatores de organização social, resistência cultural e de manutenção e permanência dos produtores familiares no espaço rural da microrregião da Canastra no estado de Minas Gerais.

Palavras-chave: Queijo Canastra; patrimônio imaterial; produção familiar; gastronomia.

Objetivo

Explicar o processo de produção do queijo Canastra, apresentando resumidamente suas etapas de produção e abordando a questão da sua versatilidade na gastronomia.

Fundamentação teórica e metodológica

Para estruturação e fundamentação teórica do trabalho foram utilizadas referências bibliográficas de diversas áreas do conhecimento, valendo-se ainda de publicações e dados secundários tais como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA Gado de Leite), Instituto de Laticínios Cândido Tostes (ILCT), Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER/MG), Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA/MG), Associação dos Produtores de Queijo Canastra (APROCAN) e Associação dos Produtores de Queijo Canastra de Medeiros (APROCAME).

¹ Professor de gastronomia – CES/JF. Doutorando no PPGGEO/UFSM. vbsbrasil@hotmail.com

² Orientador. Professor associado UFSM e PPGGEO/UFSM. cdedavid2009@gmail.com

³ Ex-presidente da APROCAME e produtor de queijo canastra – Chácara Esperança – Medeiros/MG. lucianocarvalhomachado@gmail.com

Considerações finais

Pode-se afirmar que o queijo Canastra, ao configurar-se como patrimônio cultural imaterial, traz consigo todo um conhecimento incutido na “arte de fazer”, passado de geração em geração, materializando-se no “saber fazer” (elemento principal da caracterização de um *terroir*). Ressalta-se que a sua produção, ao constituir-se como um dos elementos que configuram a organização social local, contribui com a geração de renda e emprego, funcionando como fator econômico positivo não só em escala local, mas também regional e nacional. Acrescenta-se a estes aspectos, o fato de que a produção do queijo Canastra contribui para o estabelecimento e manutenção de questões simbólicas, responsáveis pela (re)produção cultural e, o mais importante, configura-se como possibilidade de permanência dos produtores no meio rural.

O PÃO PATRIMONIALIZADO E O HAMBURGUER DESLOCALIZADO
MODELOS ALIMENTARES EM TRANSFORMAÇÃO

Isabella Magalhães Callia¹

As terras do árido planalto da Murgia, sub-região da Puglia, no sul da Itália, detém a herança milenar do cultivo do *grano duro* e da panificação. Confirma o poeta latino Horácio, em que, na primavera de 37 a. C., ao visitar a região de sua infância, elogia a qualidade do pão local em seu Livro I, Sátira V, e aconselha aos viajantes de passagem por aquelas terras que o comprem em quantidade. Hoje, a família De Gesù é uma dentre tantas outras, em Altamura, a preservar sua receita original de pão, de geração a geração. É sobre o legado artesanal desta cidade, mantido familiarmente, que o presente trabalho se presta a relatar o caso da *focacceria*, um pequeno estabelecimento de panificação dos padeiros De Gesù, que favoreceu o fechamento de uma loja McDonald's. O ocorrido ilustra dois fenômenos da contemporaneidade: o da deslocalização de um alimento, tema de pesquisa da antropóloga Gretel Peltó, e aquele da patrimonialização culinária, que a UNESCO ratifica na Convenção de Paris de 2003, por intermédio da Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial. Inicialmente é posto o cenário no qual a dinâmica dos modelos alimentares se desenrola, sob os preceitos do filósofo francês Paul Virilio. A tônica agravante é a velocidade em que elas ocorrem, por ele nomeada de “*commodity moderna*”, tornando-se um perigoso elemento civilizador. Como metodologia, foram utilizados artigos da imprensa, italiana e estrangeira, para discorrer sobre a forma pela qual o fato foi explorado nos meios de comunicação. Fez-se relevante referenciar o histórico fascínio italiano pelos americanismos, que ocasionou uma relação de grande permissividade sociocultural. Em seguida são apresentadas características históricas e sociais ligadas ao território e à antepassada prática da panificação, que levaram, em 2003, à inédita patrimonialização de um pão. O produto da cidade de Altamura, ainda hoje tradicionalmente familiar, tornou-se D.O.P. (Denominação de Origem Protegida). Um dos resultados obtidos através das pesquisas foi a verificação do tom de heroísmo conferido ao caso pela imprensa de diversos países, em que *focaccia* e *BigMac* desempenham os papéis de Davi e Golias, contrapondo locavorismo e globalização, *fatto a mano* e *made in USA*. Tal abordagem pode denotar uma moderna preocupação, em escala internacional, para com a valorização da identidade histórico-cultural alimentar. Como parte das conclusões finais, o artigo aponta que

¹ Pós-graduanda em *Gastronomia: História e Cultura*. Centro Universitário Senac Aclimação. São Paulo, junho de 2014.

uma tradição familiar e regional se mostrou menos permeável à cultura estrangeira, um ponto crucial de análise. Desta forma, este artigo aventua que não foi um produto que fez falir um *fast food*, mas sim uma cultura. É apresentado, por meio de iniciativas da UNESCO, bem como do movimento Slow Food, que se busca assegurar a divulgação e a perpetuação de saberes e sabores da biodiversidade alimentar, da tradição imaterial, contida em seu povo, porém deste esforço emerge uma inevitável indagação para o futuro: ao se imortalizar um produto, é possível de fato proteger sua origem diante das atuais intervenções humanas sobre a natureza?

Palavras-chave: alimento deslocalizado; alimento patrimonializado; identidade regional; tradição familiar; pão de Altamura; salvaguarda de biodiversidade alimentar.

PREPARAÇÕES GASTRONÔMICAS COM ALIMENTOS PRESENTES NA CULTURA BRASILEIRA: GOIABA

Camila Rodrigues da Silva¹

Joyce Umezawa¹

Paula Tardio¹

Tâmiris Allebrandt¹

Alimentos tradicionalmente presentes na cultura brasileira, especialmente algumas variedades de frutas, têm apresentado diminuição no consumo diário pela população do país. Dentre estes, destaca-se a goiaba, pertencente à família *Myrtaceae*, que possui mais de 70 gêneros e 2.800 espécies é rica em vitamina A, B1, C, cálcio, fósforo, ferro e fibras solúveis e possui sabor adocicado que facilita a boa aceitação pelo consumidor. Cultivada em todo território nacional, entre os maiores produtores, destacam-se os estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Bahia, Pernambuco, Paraíba, Goiás, Rio Grande do Sul e Paraná. Pode ser ingerida in natura ou processada em doces, compotas, geléias, sucos e até acrescentada em diferentes preparações culinárias. Nas sobremesas brasileiras, têm como destaque a preparação Romeu e Julieta, combinação de goiabada com queijo branco, e a cuca feita com goiabada, mais consumida na região sul do país. Este projeto tem como objetivo apresentar novas propostas para o consumo de goiaba além de sensibilizar os consumidores quanto à importância do uso da cozinha como ferramenta para a promoção de uma alimentação saudável. Para tanto, fez-se um levantamento teórico conceitual sobre a caracterização do alimento, características físico-químicas, aspectos culturais, sociais e econômicos, características sensoriais e principais aplicações culinárias. A partir da discussão e consenso do grupo, com orientação docente, decidiu-se desenvolver duas preparações: um prato principal e uma sobremesa. O prato principal consistiu em uma criação original e a sobremesa foi desenvolvida a partir da adaptação de uma receita de queijo do tipo *pettit suisse*, disponível na literatura. Em laboratório de gastronomia foram realizados dois testes culinários a fim de obter características sensoriais pretendidas pelo grupo. Como resultado obteve-se duas preparações inovadoras: "Carré de cordeiro ao duo de goiaba" como proposta de prato principal e "Gelatina de goiaba com requeijão ao perfume de cachaça" como proposta de sobremesa. O prato principal é composto pelo carré de cordeiro grelhado acompanhado de farofa de goiaba feita com farinha de milho, farinha de mandioca, goiaba in natura e temperos, além de compota de pimenta com goiaba para regar a carne. A utilização da goiaba nos dois acompanhamentos justifica o termo "duo" no nome da preparação. A porção de 170g

¹Discentes do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac Santo Amaro, São Paulo.

deste prato totalizou 820,14 kcal. A sobremesa é composta por uma base cremosa e uma calda. Os alimentos utilizados para o preparo da base foram: goiaba, iogurte, leite condensado, cachaça, requeijão, creme de leite, manteiga e gelatina. A calda foi preparada com goiaba, açúcar e cachaça. A cachaça foi utilizada em quantidade moderada o que acentuou o sabor da goiaba e favoreceu um leve aroma alcoólico, justificando a expressão “perfume de cachaça” no nome da receita. A porção de 125g da sobremesa obteve 204,6kcal. Diante de todos os estudos e experiências realizadas, conclui-se que a goiaba, um fruto rico em nutrientes, quando acrescentada nas preparações enaltece o prato com seu sabor característico, acrescentando coloração atraente e aguçando o paladar dos consumidores.

Palavras-chave: goiaba; cultura alimentar; alimento; fruta.

**FESTIVAL GASTRONÔMICO CERRADO WEEK:
VALORIZAÇÃO E USO DO BIOMA CERRADO NA GASTRONOMIA**

Ana Paula C. Jacques ¹

O Cerrado é o segundo maior bioma da América do Sul e incide sobre 22% do território brasileiro numa faixa contínua que abrange predominantemente a região central do país. Em razão do grande número de espécies endêmicas e alto índice de desmatamento, o bioma foi definido como um *hotspot*, numa referência à necessidade prioritária de ações para preservar sua biodiversidade.

O movimento Slow Food defende que os cozinheiros são os melhores intérpretes do território e o uso da biodiversidade na gastronomia tende a valorizar as espécies nativas, os pequenos produtores e o saber-fazer tradicional. No entanto, aceita-se o pressuposto de que vive-se numa sociedade de consumo e a contemporaneidade tende a homogeneizar as culturas. Assim, as diretrizes propostas pelo Slow Food estimulam os consumidores a realizarem escolhas alimentares boas, limpas e justas. Seguindo essa concepção, o Festival Gastronômico Cerrado Week figura como projeto estratégico para ampliar o conhecimento do público sobre o potencial gastronômico do segundo maior bioma brasileiro. Além disso, dissemina os valores do Slow Food e possibilita a formação de uma aliança entre cozinheiros e produtores locais para fomentar a cadeia produtiva das espécies nativas do Cerrado.

Objetivos

Apresentar os resultados da primeira edição do Festival Gastronômico Cerrado Week como modelo para a valorização e uso do bioma Cerrado na gastronomia a partir da oferta de preparações inéditas contendo pelo menos uma espécie nativa do bioma.

Metodologia

Parte-se do entendimento da gastronomia como elemento estratégico para defesa da biodiversidade, do direito dos pequenos produtores e das tradições culturais. Com isso, a metodologia consiste na análise da aplicabilidade dos princípios do alimento bom, limpo e justo em um Festival Gastronômico.

Resultados

A partir dos compromissos firmados, o Festival apresentou preparações inéditas com mais de vinte espécies nativas demonstrando o potencial gastronômico do bioma ainda desconhecido do grande público. Diversas cooperativas e

¹ Mestranda em Turismo pela UnB. Possui graduação em Gastronomia pelo IESB e especialização em Gestão de Negócios pelo IBMEC. É pesquisadora vinculada ao Grupo de Pesquisas Cidades e Patrimonialização (GECIPA) da UnB-CNPQ e instrutora do Senac-DF. É co-líder do convívio Slow Food Cerrado. jacques.anapaula@gmail.com

pequenos produtores foram mobilizados para aquisição dos insumos, favorecendo a formação de uma aliança entre cozinheiros e produtores. Identificou-se ainda a inclusão de receitas elaboradas para o Festival no cardápio regular dos estabelecimentos inscritos.

Considerações

Destaca-se que o Termo de Compromisso do Festival Gastronômico Cerrado Week possibilita o entendimento da alimentação como um fenômeno complexo no qual o cozinheiros, produtores e consumidores manifestam sua responsabilidade com o meio em que vivem. Certamente, os resultados da primeira edição demonstram o potencial do evento para criar uma demanda regular para as espécies nativas do Cerrado e ampliar a relação entre cozinheiros e produtores que atuam no bioma.

A IDENTIDADE DA CULTURA GASTRONÔMICA ACREANA

Suely Sani Pereira Quinzani ¹

Vinicius Martini Capovilla ²

Este trabalho busca analisar os contextos histórico, geográfico, social e ambiental, formadores da cultura acreana e que definem qual a culinária do Estado. Desde os seus primeiros habitantes indígenas até a miscigenação atual de seu povo, com grandes influências históricas de nordestinos que migraram durante a extração do látex e de imigrantes árabes e latinos (bolivianos e peruanos), pode-se bem entender o “gosto acreano” nos seus pratos emblemáticos como a baixaria, o quebe, as saltenhas, a rabada no tucupi, o pirarucu de casada entre outros.

Seus ingredientes emblemáticos também definem as preferências regionais quando se utilizam frutas conhecidas amazônicas sobre tudo o abacaxi de Tarauacá, o açaí, (consumido no Acre sob a forma de vinho – polpa do fruto extraído com água), a banana pacova ou comprida, o cupuaçu e a pupunha. Neste segmento não se pode deixar de mencionar a famosa farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul cuja produção de farinha não pubada e de torra clara, torna este produto tão especial; os feijões acreanos cuja diversidade de produção se encontra no Vale do Juruá e a castanha-do-Brasil, que no Acre é tratada como um símbolo amazônico e importante fonte de renda das comunidades locais, além do patuá e do gramixó. Neste contexto, entram também a criação extensiva de gado bovino e ovino, as caças de subsistência para as populações caboclas e indígenas e os peixes e tartarugas que fazem parte do complexo de Piscicultura do Estado do Acre.

Todos esses elementos acima descritos compõem a “sui generis” e “rica” gastronomia do Estado do Acre que o torna gastronomicamente diferenciado em relação à gastronomia regional amazônica. A assimilação das culturas gastronômicas de migrantes e imigrantes à culinária indígena vigente define uma gastronomia única local. Portanto, o principal objetivo deste trabalho está em demonstrar a complexidade gastronômica local, oriunda de um verdadeiro *melting pot* cultural também conhecido como caldeirão cultural, resultado da mistura étnico-cultural da região, atípica em relação às outras regiões do norte do Brasil, na denominada

¹ Advogada, formada em Direito pela Universidade de São Paulo; formada em gastronomia pelo Centro Universitário Nossa Sra do Patrocínio; pós graduada em Docência no Ensino Superior pelo Centro Universitário Nossa Sra do Patrocínio; pós graduada em Cozinha Brasileira pelo Senac São Amaro, sommelier em vinhos pelo Senac Águas de São Pedro e ABS-SP.

² Pós Graduado em Cozinha Brasileira pelo Senac-SP, Bacharel em Ciências Biológicas pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e Formado em Tecnologia em Gastronomia pelo Senac – SP, é sócio proprietário da Saperian, agência que trabalha gastronomia pelo viés cultural. Ministrou palestras sobre ingredientes nacionais na Fundación Alicia, Barcelona - Espanha. Hoje atua na implantação de uma Escola de Gastronomia e Hospitalidade junto ao Governo do Estado do Acre, no desenvolvimento de viagens enogastronômicas pela empresa Degustadores Sem Fronteiras, na produção do programa de TV Fominha, para o canal GNT, e dos eventos externos da chef Ana Luiza Trajano.

gastronomia amazônica.

Usando-se de uma revisão bibliográfica de toda a literatura relacionada à cultura gastronômica acreana por estudiosos da cultura acreana como Pedro Vicente Costa Sobrinho, Cleusa Maria Damo Ranzi, Maria José Bezerra, entre outros e com a realização de uma pesquisa etnográfica para a obtenção do parecer da população acreana sobre sua gastronomia, este trabalho concluiu o prato emblemático, a “baixaria”, que com base no multiculturalismo gastronômico da região, define o gosto acreano.

Palavras-chave: Acre; miscigenação de culturas; ingredientes e pratos típicos do Acre; baixaria.

**PROPOSTA GASTRONÔMICA PARA A VALORIZAÇÃO DA CULTURA
ALIMENTAR BRASILEIRA: ESCONDIDINHO DE ABOBRINHA E FRANGO
CREMOSO**

Beatriz Silva¹

Giovanna Giangiacomo¹

Juliana Tomoda¹

Pedro Medeiros¹

Thiemi Iwao¹

Irene Coutinho de Macedo²

Roseli Espíndola Balchiunas²

A alimentação brasileira está relacionada com a enorme diversidade de alimentos cultivados em cada região do país. No Brasil, há uma vasta oferta de alimentos, que podem ser explorados de formas variadas. Ainda assim, nem sempre o consumo alimentar da população, sob o ponto de vista nutricional, é adequado, pois o consumo de alimentos industrializados tem sido superior ao de alimentos na sua forma natural. Assim, o presente trabalho teve como objetivo desenvolver uma proposta gastronômica baseada na cultura alimentar brasileira. O método adotado para o trabalho foi a pesquisa bibliográfica para identificar alimentos cultivados e consumidos no Brasil e, também, pratos típicos a fim de escolher um deles para ser utilizado como base na elaboração da receita. Por consenso, os autores escolheram adaptar o prato típico Escondidinho com base em uma receita clássica disponível na literatura. O Escondidinho é uma preparação presente na cultura brasileira, tradicionalmente feita com a base de mandioca (aipim) e carne seca. Escolheu-se utilizar a abobrinha italiana (Curcubita pepo), substituindo a mandioca, devido à sua fácil produção em uma larga faixa de temperatura climática, o que permite sua produção durante o ano inteiro além do fato dela permitir inúmeras variações de preparos e de contar com nutrientes benéficos à saúde como cálcio, ferro, fibras, entre outros. Também foi escolhida a substituição da carne seca pela carne de frango por conter menor teor calórico e lipídico, visando inovação da preparação tradicional. A partir disto, criou-se uma nova proposta gastronômica, baseando-se no preparo tradicional da receita. Em seguida, foram realizados testes da receita no laboratório de gastronomia do Centro Universitário Senac, objetivando avaliar os ingredientes previamente escolhidos e o preparo. Para agregar sabor e melhorar a textura da base de abobrinha, foi realizado um primeiro teste utilizando requieijão. Posteriormente,

¹Discentes do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac – Santo Amaro, São Paulo. Av. Engenheiro Eusébio Stevaux, 823. Santo Amaro. São Paulo.

²Docentes do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac – Santo Amaro, São Paulo. Av. Engenheiro Eusébio Stevaux, 823. Santo Amaro. São Paulo.

houve um segundo teste usando um creme de arroz, e neste, observou-se que esta substituição pode ser feita, pois além de preservar a textura, apresenta uma menor quantidade de ácidos graxos saturados. Após cada teste das preparações, foi aplicado um questionário de avaliação sensorial entre os autores e colaboradores, para avaliar a textura, sabor e apresentação final da preparação. Então, após a análise dos resultados, conclui-se que a aceitação da preparação com o uso do requeijão foi superior ao uso creme de arroz. Portanto, definiu-se como proposta gastronômica uma receita de Escondidinho de Abobrinha e Frango Cremoso. Estipulou-se uma porção de 300g, sendo o valor calórico de 634,8 quilocalorias. A proposta é uma alternativa inovadora e nutritiva, além de dispor de ingredientes de fácil acesso e possuir baixo custo. Além disto, pode ser indicada para indivíduos que apresentem alguma restrição alimentar especialmente aquelas relacionadas à necessidade de uma dieta de consistência pastosa e também, ser adaptada de acordo com a enfermidade, como, por exemplo, pacientes portadores de dislipidemia. Verificou-se que, com o uso da cozinha, é possível apresentar novas propostas de consumo de preparações com alimentos presentes na cultura brasileira.

Palavras-chave: cultura brasileira; abobrinha; escondidinho.

**O AGROTURISMO COMO RENDA ALTERNATIVA PARA PEQUENOS
PRODUTORES DE BEBIDAS ALCOÓLICAS: UMA ANÁLISE DO VALE DO
PARAÍBA E DA CIDADE DE SÃO ROQUE/SP**

Rafael C. Ferro¹

Apesar da influência na economia brasileira, os pequenos produtores enfrentam grandes dificuldades no mercado. Mesmo vivenciando esse momento, eles continuam mantendo suas atividades, acreditando na qualidade das produções e na diferença no bem-estar do consumidor. Nos dias atuais, a mobilização cultural dos consumidores acerca da importância dos produtos desses produtores é quase um manifesto contra a cultura de consumo industrializada. A partir dessa ligação produtor-consumidor, outros interesses e atividades se tornam possíveis, como é o caso do agroturismo. Esse tipo de atividade turística é caracterizada pelas visitas a agroinstalações, acompanhamento dos processos de produção e aquisição de produtos direto do produtor. Um bom exemplo entre turismo e a experiência de consumir um produto direto de sua origem é o enoturismo. Ele procura entender como as regiões produtoras de vinho podem utilizar as ações turísticas a favor do desenvolvimento dos empreendimentos e suas localidades. Com o mercado de bebidas em ascensão no Brasil, outras bebidas alcoólicas surgem nos interesses dos turistas, como Cachaças e Cervejas artesanais. Mesmo com o aumento no consumo destes produtos a cada ano, os produtores de bebidas alcoólicas ainda são, na sua maioria, classificados como pequenos agronegócios e, por este motivo, sofrem com a mesma instabilidade financeira e econômica. A pesquisa teve como objetivo principal analisar as potencialidades turísticas desses pequenos agronegócios de bebidas alcoólicas e estudar a utilização do turismo como ferramenta alternativa de renda financeiramente viável para esses empreendimentos. O trabalho utilizou pesquisa exploratória descritiva e avaliativa com objetivo de observação sistemática das condições físicas e do potencial histórico ou cultural dos negócios. As ações de mercado, turismo e comunicação de cada empreendimento foram coletadas a partir de entrevistas semiestruturadas com os proprietários. Um questionário misto foi elaborado a fim de traçar o perfil dos possíveis turistas. Cerca de 74% das vinícolas são adeptas à utilização do turismo. Os dados apontaram que 50% das microcervejarias e 36% dos alambiques praticam ações turísticas. Dentre os que utilizam o turismo, 90% afirmam influência positiva na renda do negócio. Os proprietários que não fazem uso do turismo assumem ter pouco conhecimento sobre

¹ Graduado em Gastronomia pelo Centro Universitário Senac – Campos do Jordão. Pós-Graduando em Viticultura e Enologia pela Universidade Tuiuti do Paraná.

o mercado devido ao porte familiar do negócio. Os possíveis turistas alegam ter “muita curiosidade” de conhecer os empreendimentos em questão (83%), muitos inclusive já tiveram experiências com enoturismo (42%). Os dados da pesquisa apontam um cenário positivo no processo turístico em pequenos negócios produtores de bebidas alcoólicas. Os alambiques e microcervejarias também possuem grande potencial turístico, assim como vinícolas, por apresentarem um ambiente rico em história e cultura. Esses mesmos empreendimentos podem se basear no enoturismo para direcionar seus investimentos em infraestrutura organizacional e ações turísticas. O agroturismo, mesmo que em pequenas instalações, é uma ferramenta viável, de pouco investimento e, portanto, uma alternativa de renda para esses produtores.

Palavras-Chave: agroturismo; bebidas alcoólicas; agronegócio familiar.

**O BRIGADEIRO NA VIDA DO PAULISTANO, SEU CONSUMO E AS
RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE**

Aline Risatto¹

Cindy Sinigoi²

Vinicius Rodrigues Thomaz³

Resumo

O brigadeiro surgiu em meados de 1945 durante as eleições para a presidência de república, quando as eleitoras do candidato Brigadeiro Eduardo Gomes preparavam o quitute e serviam em festas e eventos com o objetivo de arrecadar recursos para sua campanha. No entanto, a receita apenas se popularizou quando ao longo dos anos, se tornou presença obrigatória nas mesas de festas infantis. Ao longo dos anos o brigadeiro teve sua produção expandida para a indústria, sendo oferecido em versão enlatada ou confeitado, representando até hoje o maior volume de vendas entre os itens de doçarias do País. Aos poucos, o docinho adquiriu nova situação de consumo com as versões para se comer “de colher” e as gourmet. Esta última, consiste na tendência da releitura da receita tradicional do brigadeiro com a adição de ingredientes que conferem características de preparação e apresentação sofisticadas.

Este trabalho foi desenvolvido a partir da curiosidade dos pesquisadores em conhecer o hábito de consumo do tradicional doce no dia a dia do paulistano e também é parte integrante de levantamento de dados para o desenvolvimento de dissertação para programa de mestrado e pós-graduação. O artigo possui o objetivo geral de compreender o consumo do brigadeiro no dia a dia do morador da cidade de São Paulo. Para isso, estabeleceram-se os objetivos específicos que são: desenvolver uma reflexão sobre sua influência na criação de relações de hospitalidade sob a perspectiva dos conceitos do comfort food; estudar a tendência do consumo do doce após o movimento de “gourmetização” sofrido pelo mesmo e verificar se o consumo do brigadeiro ocorre por possível sentimento nostálgico.

Com os objetivos definidos, surgiu a problemática trabalhada que é: Atualmente, de que forma ocorre o consumo do brigadeiro pelos moradores da cidade de São Paulo?

¹ Senac - Unidade Aclimação – Pós-Graduanda em Cozinha Brasileira, Rua Pires da Mota 838, Aclimação – São Paulo – SP, CEP: 01529-000, Brasil, aline_risatto@yahoo.com.br

² Universidade Anhembi Morumbi – UAM, Mestranda em Hospitalidade, Rua Casa do Ator, 294, 7 ° andar, Vila Olímpia – São Paulo – SP, CEP: 04546-000, Brasil, cindysinigoi@uol.com.br

³ Universidade Anhembi Morumbi – UAM, Mestrando em Hospitalidade, Rua Casa do Ator, 294, 7 ° andar, Vila Olímpia – São Paulo – SP, CEP: 04546-000, Brasil, vinicius.rthomaz@uol.com.br

De acordo com a problemática apresentada, os pesquisadores consideraram as seguintes hipóteses: (H1) O brigadeiro é um alimento que auxilia o estabelecimento de relações de hospitalidade por meio dos conceitos do *comfort food*; (H2) O movimento de *gourmetização* sofrido pelo brigadeiro aumentou sua popularidade; (H3) O brigadeiro é consumido como uma opção de alimento doce, não havendo influência do possível sentimento nostálgico que o mesmo é capaz de proporcionar. A metodologia adotada pelos pesquisadores é de um estudo descritivo e analítico, desenvolvido através de levantamentos bibliográficos de livros, revistas, periódicos, artigos e dissertações além de pesquisa quantitativa.

O resultado parcial desta pesquisa revelou que a maioria dos entrevistados consome o brigadeiro de panela com o objetivo de satisfazer a própria necessidade de consumir um alimento que traga um certo conforto, seja ele através da indulgência ou de um resgate nostálgico.

Por fim, notou-se a relevância deste estudo para a compreensão da influência de preparações tradicionais em nossa gastronomia, neste artigo tratado, o brigadeiro como fator que potencializa as relações de hospitalidade, sob a perspectiva da comensalidade, através da aplicação dos conceitos de *comfort food*.

Palavras-chave: hospitalidade; brigadeiro; consumo; *gourmet*; *comfort food*.

RESGATE DO VALOR NUTRICIONAL DO CAMBUCI

Ana Carolina Camargo¹

Camilla von Wieser Ruggeri¹

Julia Tricate Sader¹

Patrícia Torres Guimarães¹

O cambuci é uma fruta proveniente da Mata Atlântica de São Paulo, encontrado na vertente da Serra do Mar, no planalto da capital paulista, fluminense e raramente em Minas Gerais. Sua árvore, o cambucizeiro, é classificada como *Paivea langsdorfii* – nome científico do cambucizeiro, pertencente à família das *Myrtaceae*, podendo chegar até 8 metros de altura, composta por folhas verdes, pequenas, rígidas, brilhantes e com flores brancas. Seu fruto possui formato orbicular, remetendo-o a forma de um pote de água utilizado por índios. É fonte de vitaminas A, C e complexo B, tanino, carboidratos, fibras, ferro, agente antioxidante e adstringente, combate radicais livres, retarda o envelhecimento, fortalece o sistema imunológico e auxilia na redução do colesterol. Culturalmente é indicado para pessoas de constituição física frágil, doentes, anêmicas ou convalescentes e, por apresentar grande quantidade de tanino, utiliza-se o cambuci para o tratamento de bronquite, tosse e coqueluche. Atualmente o cultivo desse fruto vem sendo resgatado por pequenos agricultores e vendido em restaurantes, bares e lojas, uma vez que o consumo e a produção foram bastante reduzidos nas últimas décadas. O cambuci passou a ser utilizado em cachaças, sucos, sorvetes e pratos gastronômicos. Sendo assim, o objetivo deste trabalho foi desenvolver uma receita culinária utilizando o cambuci, a fim de orquestrar todos os sentidos sensoriais presentes na preparação e estimular o consumo deste fruto que tem sido olvidado na cultura brasileira. Como metodologia realizou-se pesquisas bibliográficas sobre o fruto e preparações que poderiam ser adaptadas e testes de receitas com o fruto no laboratório de gastronomia, introduzindo-o a receitas já existentes. Após os testes estarem finalizados, foi realizado um teste sensorial, afetivo, onde os provadores disseram se o produto final agradava-os ou não. Os desafios para desenvolver as receitas com a utilização do fruto foram relacionados ao elevado grau adstringente que dificultava o alcance de sabor e textura agradáveis nas preparações. Foi, então, que fez-se a adaptação de uma receita levantada em revisão bibliográfica e apenas a fruta da receita original foi substituída pelo cambuci. Mediante isto, surgiu a preparação de Bijajica com compota de cambuci e chantilly, indicada para ser oferecida como uma sobremesa.

¹Discentes do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac Santo Amaro, SP.

Os principais ingredientes utilizados na preparação foram: cambuci, polvilho azedo, açúcar, canela em pó, fava de baunilha e creme de leite fresco. A combinação dos ingredientes resultou em uma rosquinha crocante, harmonizando consistência da compota encorpada e o chantilly leve e macio, que criaram sabores diferenciados. A combinação das cores dos diferentes elementos da receita transformou-se em uma preparação visualmente atrativa. Uma porção da preparação é composta por duas unidades de bijajica (60 gramas), 21 gramas de compota e 25 gramas de chantilly, apresentando o valor calórico de 319,51 quilocalorias. Com o presente trabalho foi possível constatar que é importante desenvolver novos projetos que incluam alimentos que estão sendo esquecidos, principalmente aqueles que fazem parte da cultura brasileira que podem proporcionar inovações no campo gastronômico, trazendo receitas inovadoras capazes conquistar espaço no mercado da alimentação e no consumo familiar.

Palavras-chave: cambuci; gastronomia; nutrição; cultura alimentar.

DOCE QUE TE QUERO DOCE: UMA PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

Simone de Lira Almeida¹

Alexandre César Batista da Silva¹

Isabela Andrade de Lima Moraes¹

Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa¹

Mariana Cavalcanti Falcão de Albuquerque¹

Thiago das Chagas Lima²

Viviane Santos Salazar¹

Pernambuco, que têm nos doces, uma grande tradição gastronômica, ainda preservada em algumas comunidades remanescentes de mulheres prendadas. Dentre estas, destaca-se a de Vila Velha, na Ilha de Itamaracá. A comunidade encontra-se no ponto mais alto da Ilha, que fica à 50 km do Recife, e tem aproximadamente 587 moradores. Há cerca de 27 anos, foi criada a Associação das Doceiras de Vila Velha para capacitar mulheres da comunidade a prepararem doces de frutas.

O doce da passa de caju tornou-se o mais conhecido e passou a ser o carro chefe da Associação, sendo reconhecido como característico da ilha. Atualmente, a Associação encontra-se desarticulada, pois das 22 associadas, restam apenas duas – mãe e filha. E o doce de passa de caju, que um dia foi o símbolo gastronômico e, portanto cultural de Itamaracá, poderá acabar.

Com o objetivo de ajudar estas doceiras, um grupo de professores da UFPE em parceria com o *Slow Food* criou um projeto de extensão chamado “Doce que te quero doce”. O projeto, baseado nos pressupostos de economia criativa - inovação, tecnologia, design e sustentabilidade - o buscou reestruturar as atividades da Associação de doceiras de Vila Velha por meio da valorização dos saberes gastronômicos locais atreladas à possíveis “novas” formas de se trabalhar e pensar o doce de passa de caju.

Palavras-chave: economia criativa; cultura; gastronomia; passa de caju.

Objetivo Geral:

Reestruturar a tradicional confecção de doce de passa de caju, em Vila Velha, por meio de consultoria, assistência técnica e fomento ao associativismo.

¹Universidade Federal de Pernambuco

²Slow Food Recife

Objetivos Específicos:

- Diagnosticar os principais problemas que impedem o desenvolvimento do negócio;
- Difundir com as doceiras os conceitos de economia criativa, associativismo e empreendedorismo;
- Oferecer consultoria às doceiras associadas de Vila Velha sobre identidade cultural, marketing, segurança alimentar e finanças;
- Desenvolver uma marca para a Associação e uma embalagem para o doce de passa de caju;

Metodologia

A metodologia foi de pesquisa-ação e foi dividida em três momentos: O primeiro foi o diagnóstico por meio de visitas guiadas por roteiro de observação, fotos e entrevistas com as doceiras. O segundo momento foi o plano de ação - onde foi definido qual seria a metodologia de intervenção apropriada. E a execução do projeto como oficinas sobre identidade cultural, produção de novos produtos, segurança alimentar e finanças; produção de filme e concepção e criação da marca e da nova embalagem para a passa de caju.

Resultados

Os resultados alcançados foram a capacitação das Doceiras da Associação de Vila Velha que participaram das quatro oficinas supracitadas. Foi produzido um filme curta-metragem sobre a produção da passa de caju que será usado para a divulgação do doce. Ademais foi criada uma identidade visual para a Associação das Doceiras e para a passa de caju. Por fim foi desenvolvida uma nova embalagem para o doce com vistas a agregar valor ao produto conforme figura 1.



Figura 1: Nova embalagem da passa de caju

Fonte: Elaboração dos autores

Considerações Finais

O projeto contou com uma equipe multidisciplinar que usou a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos para melhoria da produção e distribuição da passa de caju e como projeto de extensão cumpriu o seu papel de estabelecer relação entre ensino, pesquisa e extensão e atingiu os objetivos inicialmente propostos de desenvolver competências empreendedoras nas doceiras. Resta o desafio de dar continuidade ao projeto e criar uma demanda capaz de sustentar a associação e atrair mulheres mais jovens para o ofício.

**PURÊ DE MANDIOQUINHA: UMA PROPOSTA GASTRONÔMICA PARA
PACIENTES COM CÂNCER DE CABEÇA E PESCOÇO**

Denise Correia do Nascimento¹

Laís Epifanio Machado¹

Jéssica Lumi Gushiken¹

Tiago Nurmberg Laurenzana¹

Ursula da Silveira Tamamoto¹

Roseli Espíndola Balchiunas²

O câncer é caracterizado pelo crescimento desordenado de células, o que leva ao desenvolvimento de neoplasias, que podem ser benignas ou malignas. A neoplasia de cabeça e pescoço é causada por diversos fatores e é considerado um problema de saúde pública mundial pelo fato de que, a última estimativa mundial feita, aponta que no ano de 2014 haverá 11.280 novos casos de câncer oral em homens e 4.010 em mulheres. Devido à localização do câncer, é comum os pacientes apresentarem disfagia, que consiste na dificuldade de deglutição e pode ser causada tanto pelos tratamentos quanto pelo próprio tumor. O objetivo deste estudo foi desenvolver uma preparação gastronômica de textura pastosa para atender as necessidades de pacientes com câncer de cabeça e pescoço, em tratamento de quimioterapia e radioterapia com disfagia moderada, com a utilização de ingredientes presentes na cultura alimentar brasileira e de fácil acesso à população. O método do estudo consistiu em pesquisa bibliográfica para compreensão da dietoterapia do paciente e testes de aplicação culinária em laboratório de prática em gastronomia para obtenção de uma preparação saborosa, atrativa e nutricionalmente adequada. Foi desenvolvida uma receita de “purê de mandioquinha” contendo a mandioquinha como elemento principal do preparo, além da utilização do azeite de oliva, para a substituição da manteiga, a fim de melhorar o perfil lipídico. Foram utilizados, ainda, os seguintes ingredientes: salsinha, sal de ervas (alecrim desidratado, manjerição desidratado, orégano desidratado e sal marinho). A salsinha e o sal de ervas foram alimentos escolhidos, pois, além de agregarem sabor ao prato, constituem alimentos disponíveis na cultura brasileira, especialmente nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Rica em carboidratos, e fonte de vitaminas e minerais, a mandioquinha auxilia fornecendo energia para a recuperação do paciente, além de ser um alimento de fácil acesso e mercado amplo nas regiões brasileiras. O cultivo da mandioquinha pode ser

¹ Discentes do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac - Santo Amaro, São Paulo. Av Eng Eusébio Stevaux, 823. Santo Amaro. São Paulo.

² Docente do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac - Santo Amaro, São Paulo. Av Eng Eusébio Stevaux, 823. Santo Amaro. São Paulo.

uma ótima alternativa para pequenos e médios produtores, favorecendo muito a questão da agricultura familiar, pois assume uma grande importância socioeconômica nas regiões onde seu cultivo é intenso e seu consumo é comum. Nas regiões Sul e Sudeste observa-se que a produção da mandioquinha é abaixo do que é demandado para a comercialização. Ao final da preparação e após a realização dos cálculos nutricionais, obteve-se uma porção de 87,5g de purê de mandioquinha, com um total de 75 kcal na porção, sendo 15,2 gramas de carboidratos, 1,1 grama de proteínas e 1,1 gramas de lipídios. Constatou-se que é possível manter a atenção ao estado nutricional de pacientes com câncer de cabeça e pescoço com disfagia moderada, propondo preparações nutricionalmente adequadas com a aplicação de conceitos gastronômicos que contribuem para o aumento da aceitação e da ingestão alimentar, utilizando alimentos presentes na cultura alimentar brasileira.

Palavras-chave: mandioquinha; neoplasias; disfagia; dietoterapia.

RESGATANDO CULTURA E SABORES PARA O CONSUMO DO FEIJÃO JALO

Camilla Gonçalves Diniz¹

Cintia Santana Rocha¹

Raquel Brito Lingoist¹

Viviane Galdino Schuttz¹

Feijão é uma leguminosa, cultivada desde a pré-história com fins alimentares. Sua ampla difusão em todo o mundo e a fecundação cruzada entre as espécies permitiu a criação de centenas de variedades. Embora durante muito tempo se tenha acreditado que o feijão era originário da Índia ou mesmo da Ásia subtropical, gregos e romanos o haviam utilizado na alimentação. Existem vários gêneros feijão, muitas delas nativas do sul do Brasil e outras regiões das Américas. Na cultura brasileira observa-se o seu consumo em feijoada, no tutu à mineira, nas sopas, entre outros. O conteúdo proteico, elevado teor de fibra alimentar, aliado às vitaminas do complexo B e aos carboidratos, torna o consumo do feijão altamente vantajoso como alimento funcional, representando importante fonte de nutrientes e de energia. Uma das variedades de feijão disponível na cultura alimentar brasileira é o feijão Jalo, sua espécie possui grãos grandes e amarelados e quando cozido, forma um caldo encorpado marrom avermelhado com sabor suave que remete ao sabor da castanha. Historicamente é muito consumido no Estado de Minas Gerais e na Região Centro-Oeste, porém o seu consumo vem diminuindo na última década. O objetivo deste trabalho foi desenvolver receitas culinárias de fácil preparo com o feijão Jalo para estimular o consumo deste alimento que faz parte da cultura do nosso país. Como método de trabalho foram realizadas pesquisas bibliográficas para conhecer a história do feijão Jalo e outros ingredientes brasileiros que poderiam ser adaptados nas preparações de uma maneira prática incentivando o consumo. Além disso foram realizados testes de preparo no laboratório de práticas gastronômicas com a orientação de um docente. Como resultado foi possível desenvolver duas receitas com o feijão Jalo: “Salada de Feijão Jalo com Carne Seca” e “Bolinho de Feijão”. Na salada utilizou-se ingredientes brasileiros, como: a pimenta biquinho e para temperar, vinagrete de limão rosa com óleo da castanha do Brasil. A carne seca foi escolhida para compor a receita por ser uma carne tipicamente brasileira e, além de agregar sabor, contribui para melhorar a qualidade proteica da preparação. A segunda preparação constituiu em bolinho de feijão Jalo recheado com catupiry. A base da massa foi o feijão Jalo cozido e temperado com caldo de carne, sal e pimenta do reino para agregar sabor a massa. Os dois pratos foram decorados com couve

¹ Discentes do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac Santo Amaro, São Paulo.

manteiga frita, mais um ingrediente típico da cultura brasileira. As preparações ficaram de acordo com as características esperadas principalmente o bolinho de feijão que por ser frito apresentou uma aparência agradável e a textura ficou “crocante” por fora e “macio” por dentro. Com este trabalho foi possível desenvolver receitas com o feijão Jalo que possam ter boa aceitação na cultura pois acrescentou-se outros ingredientes de fácil acesso encontrados em nosso país.

Palavras-chave: feijão Jalo; cultura alimentar brasileira; receitas culinárias.

A COZINHA DE INGREDIENTES, A AGRICULTURA FAMILIAR E A CULTURA DAS TROCAS: UMA POSSÍVEL TRIÁDE PARA O ESTÍMULO DA PRODUÇÃO E DO CONSUMO DE COGUMELOS NO BRASIL

Viviane Lavratti¹

Fundamentação teórica

A busca por novos ingredientes e a inserção dos mesmos na cena gastronômica é uma das características da cozinha de ingredientes.

A agricultura familiar baseia-se no cultivo da terra predominantemente por componentes de um núcleo familiar, em pequenas propriedades rurais. Nesse contexto, espécies que demandem razoavelmente pouco espaço físico para o cultivo e pouca mão-de-obra mostram-se mais adequadas. O cultivo de cogumelos satisfaz perfeitamente tais requisitos mas, apesar disso, no Brasil essa atividade é ainda pouco desenvolvida.

A produção e o consumo de cogumelos no Brasil tiveram uma forte influência asiática – fruto da cultura das trocas –, sendo atribuída aos imigrantes japoneses e chineses aqui chegados na metade do século passado. O Champignon de Paris foi a primeira espécie a ser cultivada, seguido, somente na última década, pelo Shimeji e Shitake. Contudo, essas são apenas algumas das duas mil espécies de cogumelos comestíveis, havendo, portanto, “um mundo” a ser explorado tanto por agricultores como por cozinheiros.

Objetivo

Estudar a possibilidade de – a partir da tríade exposta: cozinha de ingredientes, agricultura familiar e cultura das trocas – desenvolver um aumento do cultivo de cogumelos comestíveis no Brasil e do seu consumo, criando o gosto por esse ingrediente, que ainda é pouco explorado na gastronomia brasileira.

Metodologia

Estão sendo realizadas entrevistas com produtores de cogumelos comestíveis no Estado de São Paulo, a fim de obter informações relativas às principais dificuldades de cultivo, aos equipamentos e conhecimentos indispensáveis ao mesmo, e à demanda de mercado. Além disso, pretende-se realizar entrevistas com cozinheiros para identificar os tipos de cogumelos mais apreciados e com maiores possibilidades de inserção nos menus de restaurantes. Em paralelo a isso, está sendo feita pesquisa bibliográfica.

¹ Aluna de pós-graduação em Gastronomia: História e Cultura – Centro Universitário Senac.

Resultados

A partir do material estudado, bem como das entrevistas já realizadas, evidenciou-se que o cultivo de cogumelos é uma atividade que pode ser desempenhada por agricultores familiares gerando um bom resultado produtivo e econômico, havendo inclusive uma maior demanda do mercado em relação à atual capacidade de produção.

Considerações finais

O aumento da produção de um ingrediente é vinculado à demanda do mercado e essa, por sua vez, pode aumentar devido a diversos fatores, como a constante busca por novos sabores e as frequentes alterações culturais, que arquitetam o gosto e os hábitos alimentares; bem como pela cultura das trocas. Assim, pretende-se concluir que a tríade sugerida no título desse trabalho efetivamente apresenta os pressupostos necessários para o estímulo da produção e do consumo de cogumelos no Brasil.

Palavras-chave: agricultura familiar; cogumelos comestíveis; gastronomia; cozinha de ingredientes; gosto; cultura.

PADARIAS COMO LOCAL PARA REUNIÕES EXECUTIVAS

Cláudia Cristina Martins de Mello¹

Daniella Aparecida Tolão Mendes²

Vinícius Val Gonçalves Cordeiro Fernandes³

Este trabalho pretende verificar se no Brasil existe a tendência de utilizar as padarias como local de promover encontros e negociações fora dos espaços usuais. A comensalidade enquanto ato social e oportunidade de criar maior grau de intimidade entre os envolvidos, por vezes, passa a fazer parte do cenário de encontros dessa natureza. Tais situações de convívios podem gerar uma forma mais íntima da hospitalidade, consequentemente uma maior interação social e proximidade entre os envolvidos. Dessa forma, esse estudo propôs analisar o papel das padarias como locais para realização de reuniões executivas envolvendo turistas de negócios, identificando assim, como fatores de influência como localização de tais estabelecimentos e os serviços por elas oferecidos. Em 2013 as empresas de Panificação e Confeitaria cresceu 8,7% e o setor obteve um faturamento de R\$76.405 bilhões, conforme o Instituto Tecnológico (ITPC), em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP). Tal crescimento e a inovação nas propostas das novas padarias levaram os autores a pesquisar tais localidades como pontos de encontro com diferentes objetivos, como por exemplo: encontro de executivos. Para isto os pesquisadores consideraram as seguintes hipóteses: (H1) As padarias estão aptas a proverem produtos e serviços para encontros de executivos; (H2) As padarias não estão concentradas neste tipo de público. Por tratar-se de um estudo contemporâneo e de aplicação num contexto real, optou-se pela utilização do protocolo de estudos de casos múltiplos de Yin (2001). Durante a pesquisa objetivou-se compreender a atuação das padarias servindo como local para reuniões executivas. Foi também observada a necessidade de estudo para dois objetivos específicos, a importância da localização das padarias, bem como se esta induz a escolha por parte dos clientes e identificar os serviços oferecidos pelas padarias que agem como diferenciais na seleção por parte dos comensais. Os objetos escolhidos foram as padarias: Pellegrino, Santo Pão e a Padaria Artesanal Orgânica (PÃO), todas localizadas na cidade de São Paulo. Após pesquisa exploratória, através de observação direta, foi feito um levantamento bibliográfico e conceituação dos objetos estudados. Posteriormente foram feitas

¹ Mestranda, Universidade Anhembi Morumbi – Brasil – São Paulo – SP
claudia_mello@uol.com.br

² Mestranda, Universidade Anhembi Morumbi – Brasil – São Paulo – SP
daniella_mendes@hotmail.com

³ Mestrando, Universidade Anhembi Morumbi – Brasil – São Paulo – SP
viniciusvalfernandes@yahoo.com.br

entrevistas semiestruturadas, pela ótica das padarias (Pellegrino, Santo Pão e Padaria Artesanal Orgânica). Os dados coletados por meio das entrevistas e das observações diretas foram analisados procurando por possíveis divergências. Observou-se que apesar dos estabelecimentos disponibilizarem os serviços considerados importantes para os executivos, tais como acesso livre de *wi-fi*, possibilidade de agendamento das reuniões, e afirmarem a frequente ocorrência de encontros de negócios em seus domínios, tais serviços foram providos com a intensão original de agradar a todos os clientes e não somente os grupos executivos. Assim, observa-se que a atual disponibilidade de serviços nas padarias, tornou estes locais mais que adequados para a prática de reuniões executivas.

Palavras-chave: padarias; comensalidade; hospitalidade; executivos.

**A GASTRONOMIA AUXILIANDO NO MANEJO DIETOTERÁPICO DA
INSUFICIÊNCIA CARDÍACA**

Elaine Gamberini Silveira¹

Débora Preceliano de Oliveira¹

Marli Arronque Borro¹

Sílvia Passos¹

Sophie Von Oertzen¹

Roseli Espíndula Balchiunas²

A insuficiência cardíaca crônica (ICC) se caracteriza por ser uma síndrome clínica complexa, que se inicia com um evento que lesa o coração com consequência da redução de sua capacidade de bombeamento, diminuindo a adequada oferta de oxigênio aos tecidos. As consequências acarretadas aos seus portadores incluem limitações de atividade física, restrições dietéticas e perda da qualidade de vida. A restrição de líquidos e de sódio, até hoje, continua sendo uma das bases do tratamento dietoterápico do paciente com ICC. Embora a ingestão reduzida de sódio seja amplamente defendida na ICC, pode estar associada à desnutrição devido a pouca palatatividade da dieta. Atualmente, a busca para aliar a prescrição dietética e as restrições alimentares às refeições atrativas, está fazendo com que a visão da dietoterapia seja ampliada e adaptada às tendências gastronômicas, sendo um desafio que exige aprimoramento técnico e assistência nutricional individualizada. Diante desta problemática, foi desenvolvido estudo observacional transversal, no Instituto do Coração do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (Incor), que serviu de base para a construção deste trabalho. O objetivo foi desenvolver uma proposta gastronômica utilizando ingredientes frescos, de baixo custo e fácil acesso com características adequadas aos portadores de ICC. Dessa forma, a consistência de dieta branda foi estabelecida para a preparação com a finalidade de facilitar o trato digestivo e poupar função cardíaca. O prato elaborado foi uma entrada, (Sopa Creme de Abóbora) com testes realizados no laboratório de técnica dietética do SENAC. Ingredientes utilizados: abóbora Cabotian, cebola, alho, gengibre fresco e água. A abóbora é denominada hortaliça; em sua composição nutricional é encontrado carboidrato, proteína, pouca gordura, cálcio, sódio, potássio, ferro, magnésio, vitamina A, C, E e outras. O resultado da análise sensorial da preparação realizada pelo grupo foi unânime, a abóbora possibilitou uma consistência leve e cremosa, não residual de fácil ingestão, com sabor levemente adocicado suprimindo a ausência de sal. O gengibre acrescentou

¹ Discentes do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac Santo Amaro, São Paulo.

² Docente do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac Santo Amaro, São Paulo.

“frescor” à preparação, o que minimizou a sensação de “sede”, queixa comum entre os portadores de ICC. O aspecto visual da preparação também foi positivo devido à cor alaranjada que a abóbora apresenta. Após a elaboração deste trabalho, considerou-se possível aliar a prescrição dietoterápica à elaboração de pratos mais atrativos e adequados do ponto de vista sensorial, utilizando-se de produtos frescos da agricultura local contribuindo para a melhora da aceitabilidade da dieta e consequentemente o estado nutricional do paciente.

Palavras-chave: insuficiência cardíaca; dietoterapia; gastronomia hospitalar.

**SOPA DE CREME DE CARÁ COM TAIOBA: PREPARAÇÃO GASTRONÔMICA
PARA O INCENTIVO AO CONSUMO DA TAIOBA¹**

Guilherme Ferreira²

Lélia Figueiredo²

Mariana Tengan²

Soumaya Osman²

A *Xanthosoma sagittifolium*, popularmente conhecida como taioba, é uma hortaliça rica em fibras que contém maior teor de vitaminas e minerais que as de cultivo em larga escala. O consumo de 100 gramas do alimento apresenta 34 quilocalorias sendo 2,9g de proteína, 0,9g de lipídeos e 5,4g de carboidratos além de conter alto teor de pró vitamina A e de vitamina C. Outras vitaminas estão presentes na taioba em menor quantidade como a niacina, piridoxina, riboflavina e tiamina, além de minerais como cálcio, cobre, ferro, fósforo, magnésio, manganês, potássio, sódio e zinco. Seu cultivo não convencional é de grande importância para o desenvolvimento da agricultura familiar na Bahia, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo, onde é mais consumida. O objetivo deste trabalho foi desenvolver uma preparação gastronômica para o incentivo ao consumo da taioba na mesa brasileira, além de sensibilizar quanto à importância do uso da cozinha como ferramenta para a promoção de uma alimentação saudável e promover reflexão sobre a importância dos valores sensorial, sociocultural, econômico e ambiental, no consumo alimentar. Os materiais e métodos adotados para realização do trabalho abrangeram o uso de pesquisa bibliográfica em publicações acadêmicas, científicas e o desenvolvimento prático de uma preparação gastronômica em laboratório de gastronomia com a taioba. A partir da discussão entre os participantes do projeto, optou-se por uma preparação de “Sopa creme de cará com taioba” inspirada em receita francesa que utiliza tupinambo e espinafre. A receita teve como principais ingredientes: cará, creme de leite, requeijão cremoso, taioba e bacon. Para o cálculo do valor energético e macronutrientes foi utilizada a Tabela Brasileira de Composição de Alimentos. Foram realizados dois testes para avaliar cor, aroma, sabor, textura onde se verificou maior aceitação pela preparação que apresentava consistência mais cremosa. A receita rendeu dez porções de 300g ao custo unitário de R\$ 2,40. O valor energético da porção foi de 332 quilocalorias contendo aproximadamente 10g de proteína, 16g de lipídios e 37g de carboidratos. A inclusão do cará na preparação permitiu aumentar o valor calórico além de disponibilizar o aporte de vitaminas como cálcio, fósforo, magnésio e potássio. Considerando suas propriedades nutricionais, seu baixo custo,

¹ Trabalho apresentado ao Projeto Alícia 2014. Alimentos brasileiros: resgatando cultura e sabores.

² Graduando em Nutrição pelo Centro Universitário Senac SP Santo Amaro.

simplicidade de plantio e, por ser um recurso alimentar subexplorado, conclui-se que o consumo da taioba deveria ser incentivado como alternativa na agricultura familiar auxiliando a inclusão social e a melhora da qualidade nutricional da alimentação dos brasileiros.

Palavras-chave: Taioba; agricultura familiar; cozinha brasileira; patrimônio cultural.

GERAÇÃO DE RENDA ATRAVÉS DA GASTRONOMIA: A ERVA MATE E OS PEQUENOS PRODUTORES

Camila Nemitz de Oliveira Saraiva¹

Aline Prestes Roque²

Luciana Maroñas Monks³

Daniel Torbitz Saraiva⁴

Lurdes Marlene Seide Froemming⁵

Fundamentação teórica

Quando os europeus chegaram ao Rio Grande do Sul, existia uma tribo indígena na região, conhecida como guaranis, os quais não dispensavam uma cuia com água quente e um canudo de taquara, que era sevada a erva, o chimarrão (LESSA, 1999). Conforme Tarso Genro (UCHA, 2012), esta bebida “de origem indígena, difundiu-se para as demais etnias que foram se estabelecendo no Estado. (...) O produto, então, passou a ser vantajoso artigo de comércio”.

Muito produzida no RS, nas grandes e pequenas propriedades, a erva mate tem grande relevância para o agronegócio do Estado, onde sua cadeia produtiva tem na sua base, cerca de 13.000 pequenos produtores que envolvem na atividade as suas famílias, se constituindo “uma atividade típica da agricultura familiar” (UCHA, 2012). Os professores do Curso Técnico em Cozinha do IFFarroupilha – Câmpus São Borja identificaram-na como um produto que pode ser fonte de desenvolvimento econômico, cultural, social e ambiental no município.

Palavras-Chave: preparação gastronômica; cultura; produtor familiar.

Objetivo

Ressaltar a importância da erva mate para a cultura gaúcha e apresentar produções gastronômicas que aumentem a renda familiar dos produtores.

Metodologia

Foram ministradas palestras pelos pequenos produtores de erva mate da agricultura familiar do município, levando como foco o tema escolhido. Logo após, os alunos foram divididos em grupos e criaram pratos que levaram como base esta erva. Foram

¹ Professora Esp. do Instituto Federal Farroupilha – Câmpus São Borja e mestrandia do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento da UNIJUI, camilanemitz@yahoo.com.br;

² Professora Esp. do Instituto Federal Farroupilha – Câmpus São Borja e discente do Curso de Esp. em Docência, pela mesma instituição;

³ Professora Dra. do Instituto Federal Farroupilha – Câmpus São Borja;

⁴ Discente do Curso de Esp. de Gestão Pública e Desenvolvimento Regional do Instituto Federal Farroupilha – Câmpus São Vicente do Sul;

⁵ Professora Dra. do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento da UNIJUI.

feitas oficinas para os pequenos produtores para que eles aprendessem outras formas de uso e venda do produto para aumentar renda familiar.

Resultados e discussão

Três pequenos produtores de erva mate fizeram oficinas aos alunos, para que estes entendessem a importância deste insumo para o mantimento das suas famílias. Os alunos pesquisaram sobre a história, propriedades nutricionais e formas de uso deste alimento e criaram receitas que levaram-no como base, aplicando as técnicas de cozinha aprendidas durante o curso, orientados pelos docentes do Curso.

O grupo A ofereceu o bombom de erva mate e participaram da Feira do Chocolate, fazendo oficinas, degustação aos interessados e venda do seu produto. O grupo B fez o bolo de erva mate e venderam em porções para as pessoas que trabalham no comércio local. O grupo C desenvolveu uma mousse de erva mate, apresentaram aos donos de restaurantes, para que estes incluam nos seus cardápios diários. O grupo D, fez um macarrão com erva mate, agregando as suas propriedades nutricionais e venderam-no congelado em mercados e padarias.

Para finalizar, os resultados do projeto foram expostos aos pequenos produtores locais que puderam aprender as receitas desenvolvidas pelos alunos e identificaram uma nova fonte de geração de renda baseada na sua produção agrícola.

Considerações finais

Conclui-se que os objetivos do projeto foram alcançados, mostrando aos alunos a estreita relação entre as disciplinas teóricas e práticas e da cultura com a alimentação, propiciando ainda a apresentação de novas formas de os produtores locais utilizarem o insumo que eles produzem, podendo aumentar as suas rendas familiares.

Referências

- LESSA, Barbosa. **Do Pampa à Serra**: Os Sabores da Terra Gaúcha. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1999.
- UCHA, Danilo. **Sindimate** – RS: 70 Anos. Porto Alegre: 2012.

PERDA DA SOBERANIA ALIMENTAR: FEIJÃO MADE IN...

João Batista Villas Boas Simoncini¹

Frederico Cid Soares²

Cesar De David³

Yury Tom Keith Ferreira Feliciano⁴

Resumo

O texto tem como objeto de análise a produção e o consumo de um dos principais ingredientes da mesa do brasileiro: o feijão. A discussão trata de sua importância histórica, socioeconômica, cultural e versatilidade na gastronomia. Problematisa-se ainda, a falta de incentivo à produção nacional dessa leguminosa na atualidade.

Objetivo

Compreender a trajetória da produção e consumo do feijão no Brasil nas últimas décadas, demonstrando sua importância e versatilidade na gastronomia brasileira.

Palavras-chave: feijão; produção alimentar; soberania e segurança alimentar; gastronomia.

Fundamentação teórica e metodológica

Para estruturação e fundamentação teórica do trabalho foram utilizadas referências bibliográficas de diversas áreas do conhecimento, Saint-Hilaire (1975), Mello e Souza (2010), Cascudo (2004), Holanda (1960), Barbara (2005), Ferreira; Del Peloso; Faria (2002), Ferreira (2001), Freira Filho (2011), Lüders (2013), Petrini (2009), Porto-Gonçalves (2006), Souza (1996). Os dados foram retirados das seguintes fontes: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAOSTAT), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA Arroz e Feijão), Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) e Centro de Inteligência do Feijão (CIF).

Considerações finais

Reconhecer a importância do feijão como alimento básico na mesa do brasileiro e sua versatilidade na cozinha regional é um avanço para mudanças nas políticas públicas de incentivo e apoio a esse tipo de cultura no Brasil.

¹ Doutorando em Geografia na Universidade Federal de Santa Maria - UFSM.

² Professor no curso de cozinha da ETEC Prof. Camargo Aranha do Centro Paula Souza e Mestre em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi - UAM.

³ Doutor em Geografia pela UFSC. Professor associado no curso de Geografia da Universidade Federal de Santa Maria Santa Maria - UFSM.

⁴ Professor do curso de gastronomia do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora - CES/JF.

Pode-se afirmar que existem muitas dúvidas e inseguranças para todos os envolvidos na cadeia produtiva do feijão. De acordo com estudiosos do assunto supra citados, para reverter essa situação são necessários investimentos sistemáticos na cadeia produtiva e de circulação e consumo. Algumas ações são consideradas prioritárias e serão aqui apresentadas separadas para melhor compreensão. Na produção: melhoramento genético e da engenharia de alimentos para agregar valor ao grão pelo incremento de suas qualidades funcionais e nutricionais, detalhar a sequência das safras nas regiões produtoras, monitorar e automatizar a produção, aproximar os produtores das diversas regiões através de feiras, oficinas, cursos, congressos, com a troca entre as instituições de pesquisa e produtores. No consumo e circulação: explicitar os mecanismos funcionais e nutricionais através de campanhas publicitárias, estimular instituições para estudar e acompanhar o mercado continuamente, entender como as regiões se relacionam, e também a formação do preço e a ação do governo.

A cultura do feijão propicia uma boa discussão e entendimento do conceito de soberania alimentar e da dimensão simbólica desse alimento, entendido como um dos elementos de organização social, pois desenvolve-se na perspectiva da valorização dos saberes tradicionais (manutenção e guarda das sementes crioulas), da sustentabilidade socioambiental e das relações familiares e comunitárias, pautas prioritárias da Agroecologia, do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra - MST, da Via Campesina e do Movimento *Slow Food*.

O feijão materializa-se através de elaborações regionais em diversos pratos: feijoada, feijão tropeiro, virado à paulista, tutu à mineira, dobradinha, baião de dois, feijão mexido (mexidão), acarajé, arrição, etc. Vale ressaltar que a universalidade dessa leguminosa contribui na formação da gastronomia brasileira.

**FEIRAS DE SERGIPE “UM RESGATE DOS ALIMENTOS DO CAMPO PARA A
MESA DA CULTURA”**

Bruno Almeida de Oliveira¹

Prof. Katia Viana de Souza²

As feiras são fenômenos econômicos sociais muito antigos já conhecidos pelos Gregos e Romanos. O papel das feiras tornou-se verdadeiramente importante a partir da chamada revolução comercial no século XI. Daí em diante, seu número foi aumentando até o século XIII. A feira é um evento em locais públicos em que as pessoas, expõem e vendem mercadorias, entre elas alimentos do gênero frutas e hortaliças. As frutas da terra tais como os cajus, as mangas rosas e espadas, os mamões, os umbus, as jacas, os maracujás, etc e muitas outras são encontradas em profusão, junto as carnes secas, de vacas, as de cabritos. Já no interior nordestino, tradicionalmente, há o costume de se consumir carne de bode, de carneiro e de boi, sendo esta última, em especial, sob a forma de carne-de-sol ou carne-seca, se diferenciando de acordo com o teor de sal que apresentam. Da agricultura, de modo geral, obtém-se em abundância: coco de dendê, jerimum, macaxeira, milho e frutas, como abacaxi, acerola, cajá, caju, carambola, coco, graviola, jaca, manga, mangaba, maracujá, pitanga, sapoti. Pode-se notar a grande variedade de alimentos que é produzido no estado de Sergipe, uma cultura alimentícia muito rica, com uma enorme cadeia de consumo encontrando esses alimentos nas feiras e possuindo uma sustentabilidade muito abrangente, usando partes não convencionais dos alimentos como as folhas de cenoura ou a casca de abacaxi, preferências de safras naturais e escolhendo os produtos mais próximos. O objetivo desse trabalho é organizar um catálogo relacionando as principais feiras de Sergipe, com descrições específicas dos alimentos vendidos, da conexão com a cidade a qual está presente, da comida típica do local. O alimento saudável sem o agrotóxico mostra a importância que eles têm na vida dos sergipanos, alimento fresco saído do campo e indo diretamente para a feira, tendo uma durabilidade maior e sendo esses um dos motivos para Aracaju ser considerada a cidade de qualidade de vida. A importância do trabalho consiste em uma metodologia aplicada nas revisões bibliográfica e levantamentos de dados pelo IBGE, pesquisas de anais, entrevistas, análises iconográficas e coleta de imagens atuais das feiras de Sergipe. As feiras populares beneficiam os agricultores e feiras livres é feito com adubo orgânico, que também ajuda a afastar os seres nocivos da

¹ Gastronomia – UNIT/brunoalmeida0805@gmail.com;

² Professora do curso de gastronomia – UNIT/katia_viana@unit.br.

plantação, mas ao contrário das substâncias tóxicas, não agride o meio ambiente, sendo um exemplo de **sustentabilidade** e ajudando a ter **atitudes sustentáveis**.

O que se espera desse projeto é a junção das 75 feiras do estado de Sergipe, mostrando o estudo da cultura alimentar, preservando e mantendo os alimentos o mais natural possível, sem agrotóxico e ou aditivos, indo para as feiras locais e finalizando na mesa do consumidor.

Palavras-chaves: Cultura, cadeia de consumo, sustentabilidade.

PÃO DE MILHO TRADICIONAL DE SÃO BONIFÁCIO: REVISADO E ADAPTADO

Msc. Mariana Ferreira Martelli ¹

Dra. Krischina Singer Aplevicz ¹

Dra. Silvana Graudenz Müller ¹

Anita de Gusmão Ronchetti – Mestranda ²

O pão de milho tradicional está associado com a colonização dos alemães em Santa Catarina e tornou-se o símbolo dos colonos pela sobrevivência em solo desconhecido, sendo tema de festa tradicional local. Possui técnicas de preparo específicas por se tratar de um pão artesanal assado em forno à lenha. Essa técnica de assar no forno a lenha contribui para um aroma, sabor e aspecto visual rústico, porém é de difícil acesso. Foi objetivo desta pesquisa, adaptar a receita original do pão de milho tradicional de São Bonifácio, para ser executado em forno convencional, tanto por leigos ou profissionais em panificação, preservando ao máximo suas principais características organolépticas. Para o desenvolvimento da pesquisa foram adotadas as seguintes etapas de pesquisa: primeira etapa, onde ocorreu a coleta dos dados secundários: levantamento sistematizado e aprofundado com base em pesquisa bibliográfica e documental, contextualizando as principais características históricas e culturais da produção do pão e as origens dos saberes e fazeres tradicionais. Na Segunda etapa realizada foi a adaptação da receita original, fundamentada nas técnicas da Panificação. A partir dos dados coletados da receita original, Foram realizados quatro testes, sendo esses: método tradicional 1 (farinha de milho moída em moinho de pedra), método tradicional 2 (fubá industrial), método adaptado 1 (farinha de milho moída em moinho de pedra), método adaptado 2 (fubá industrial). Os métodos tradicionais 1 e 2 referem-se ao preparo de esponja com os tubérculos ralados e os métodos adaptado 1 e 2 fazem referência ao uso tubérculos batidos no liquidificador e sem o uso da esponja. Em ambos, os pães foram assados em forno convencional a 200°C por cerca de 40 minutos. A folha de caeté utilizada para forrar a forma no pão tradicional foi substituída pela folha da bananeira, mais comum em outras regiões. O pão produzido pelo método adaptado 2 correspondeu com sucesso ao objetivo da pesquisa pois manteve as principais características organolépticas do pão mesmo sendo produzido com fubá industrial em forno convencional.

Palavras-chave: pão de milho tradicional; processo artesanal; receita adaptada.

¹Filiação: IFSC – Instituto Federal de Santa Catarina – Campus Continente

²Filiação: UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

A IMPORTÂNCIA DAS COOPERATIVAS NA MELHORIA DA QUALIDADE DA FARINHA DE MANDIOCA E CAPACITAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR

Aldryne Menezes da Silva Leite¹

Marco Antonio Martins de Sousa¹

Resumo

Com a crescente conscientização por produtos de qualidade e muitos ditos orgânicos, um dos produtos mais marcantes da história da culinária brasileira desde o início da colonização portuguesa, a farinha de mandioca tem sofrido evolução na sua produção para melhor competitividade no mercado. A farinha que ainda é produzida de forma artesanal não apresenta características técnicas que lhe confira qualidade quando é confrontada com produções de origem manufaturada, através de cooperativas, que organizam, aplicando à este produto, padrão técnico que atraem o mercado consumidor. Nesta pesquisa podemos verificar como a participação de uma cooperativa pode qualificar e capacitar a produção de farinha de mandioca junto do pequeno produtor

Palavras-chave: Casa de Farinha; farinha; qualidade; produtor rural; agricultura familiar.

Fundamentação Teórica

A mandioca é o produto mais popular da alimentação brasileira desde o início da colonização. Preparada de diferentes formas, a farinha, seu principal produto, é usada por todas as camadas da população. Os múltiplos e variados aspectos que envolvem o seu cultivo e transformação em alimento conferem-lhe considerável importância histórica, econômica e social. Da produção ao consumo final, um conjunto de práticas, relações sociais, cosmologias e representações simbólicas expressam significados cujos conteúdos revelam elevado valor cultural. (SOUZA; Luciano da Silva e FIALHO; Josefino de Freitas, 2003)

Objetivo

Comprovar a eficiência do papel das cooperativas, que organizam os processos de plantio, colheita, produção, venda e distribuição direta dos produtos cultivados e a melhoria da capacidade técnica dos produtores rurais, para o melhor aproveitamento das suas produções, especialmente a farinha de mandioca.

¹ projetocasadefarinha@hotmail.com

Metodologia

O mercado consumidor, próximo ao local escolhido como campo de pesquisa, especificamente a cidade de Campo do Brito, no Estado de Sergipe, foi analisado com o acompanhamento dos diferentes tipos de farinha produzidos, a partir de cooperativas e produtores domésticos. Amostras físicas foram colhidas, assim como depoimentos de pessoas que consomem estas farinhas.

Resultados

Ficou comprovado que produtores rurais familiares obtiveram uma melhoria significativa em suas produções quando, diretamente ligados à cooperativas, passaram a ter seus processos agro-industriais organizados, gerando renda, a partir da melhoria na qualidade dos produtos.

Considerações Finais

As cooperativas exercem um papel importante e significativo para organizar e melhorar a qualidade da produção da agricultura familiar. Comprova-se que atividades como estas, contribuem de diversas formas, sejam na cadeia produtiva ou na esfera socio-cultural.

Bibliografia Consultada

SOUZA; Luciano da Silva e FIALHO; Josefino de Freitas, ***Importância Econômica***, Embrapa, 2003.

LEITE, Aldryne Menezes da Silva e SOUSA, Marco Antonio Martins de: ***Casa de farinha: Fábrica de Sonhos***, 2014

**A COZINHA GAÚCHA: UM RESGATE DOS SABORES E SABERES DA
GASTRONOMIA DO RIO GRANDE DO SUL**

Carolina Pereira Kechinski¹

Tainá Bacellar Zaneti¹

Ariane Thiele Lima¹

Lorena Cândido Fleury²

João Lopes Martin Neto³

Isabel Cristina Kasper Machado¹

Valdeni Terezinha Zani¹

Caio Bonamigo Dorigon⁴

Bruno Garcias²

Gabriela Pereira¹

Fábio Rohde¹

Yasmin Vellinho⁵

Sara Schwambach de Almeida²

O contexto atual da alimentação encontra-se em meio à globalização e à padronização cultural com sistemas agroalimentares cada vez mais segmentados, que põem em risco as tradições relacionadas à cultura alimentar local. Ao se conferir à comida e à culinária o *status* de bem cultural e identitário, elas passam a ser instrumentos de transmissão, de vivência e de valorização das tradições. O resgate cultural da identidade local funciona como mecanismo para o desenvolvimento regional, uma vez que promove, por um lado, a autonomia dos meios de produção e, por outro, a interação em redes, mercados locais, a afirmação cultural e o uso consciente dos recursos naturais. Com o intuito de resgatar e divulgar as receitas tradicionais do Rio Grande do Sul, o objetivo deste estudo foi verificar o cenário das tradições gastronômicas das principais etnias do estado. Para tanto, utilizou-se uma abordagem qualitativa, com pesquisa documental e entrevistas semiestruturadas. Foram realizadas 22 entrevistas com atores-chave, como donos de restaurantes, agricultores, representantes de grupos étnicos e agentes do poder público. A pesquisa foi efetuada nas seguintes cidades: Charqueadas, Jaguarão, Pelotas, Piratini, Rio Grande, Santa Vitória do Palmar e Turuçu. Os dados foram analisados com auxílio do *software* NVIVO versão 10. A partir das entrevistas infere-se que, em

¹ UFCSPA

² UFRGS

³ UFRGS e UNISINOS

⁴ UNISINOS

⁵ UFPel

meio ao processo de globalização e consumo cotidiano de produtos processados, muitas receitas, técnicas e pratos tradicionais foram se modificando ao longo do tempo pela busca de praticidade, pela dificuldade de adquirir os ingredientes típicos, principalmente no meio urbano, onde se nota uma desconexão na relação produtor-ingrediente-consumidor. No entanto, essas tradições mantêm-se vivas nos núcleos familiares e nas comunidades, preparadas principalmente aos domingos e dias de festa, manifestando, assim, os traços étnicos que compõem a identidade dos grupos. Além disso, observa-se que os preparos étnicos não estão isolados, apresentado forte ligação com a culinária típica do estado. Assim, o churrasco e o arroz de carreteiro caracterizam-se como os pratos mais apreciados em todas as cidades visitadas, representando uma unidade de identidade regional. Na aproximação com as narrativas que se constituem como objeto desse estudo, verificou-se que, apesar da celebração das tradições ainda resistirem, as receitas, saberes e modos de preparo não estão sendo transmitidos para as novas gerações. Notou-se também que, na intenção de fortalecer a identidade e cultura local, frente ao progressivo distanciamento das tradições e do meio rural, há esforço do poder público em fomentar redes de comercialização direta entre produtores e consumidores e festivais de produtos e preparos típicos.

Palavras-chave: gastronomia; identidade regional; tradição; receitas típicas.

**DAS PANELAS DAS NOSSAS AVÓS AOS RESTAURANTES DE ALTA
GASTRONOMIA: OS PROCESSOS SOCIAIS DE VALORIZAÇÃO DE PRODUTOS
AGROALIMENTARES TRADICIONAIS**

Tainá Bacellar Zaneti¹

Moises Villamil Balestro²

Entre as principais tendências da gastronomia moderna, está a releitura de pratos utilizando, de forma moderna e polida, antigos saberes e tradições alimentares e ingredientes tradicionais, ressignificando seu uso e seus valores, tanto para quem produz, quanto para quem consome. Vê-se cada vez mais chefs aderindo às vertentes do *slow food*, que pregam o bom, limpo e justo; da “fusion cuisine”, “comfort food” e “cuisine du terroir”, que incentivam o uso de elementos regionais e tradicionais com técnicas da gastronomia clássica que despertem conforto, memórias e surpresa. A valorização da gastronomia regional, e a consequente procura e uso de sabores regionais, não se deve apenas ao fato da busca de se diferenciar frente a um cenário padronizado, mas também ao fato de que o motor da gastronomia é a constante busca de novos sabores e sensações. Neste processo de valorização, a gastronomia passa a resgatar uma conexão essencial entre o produtor, o chef e o comensal. Este estudo teve como objetivo entender as relações entre os valores simbólico, moral e econômico dos produtos agroalimentares tradicionais no campo da alta gastronomia. Para tanto, foi feito um estudo de caso para descrever o processo social de valorização dos produtos tradicionais na alta gastronomia em Brasília. Foram considerados os dispositivos de julgamento de Karpik (2010) e outras contribuições da sociologia econômica dos mercados, especialmente aquelas relacionadas com a valoração de bens singulares. Um resultado importante da pesquisa foi a relação entre os bens singulares e comuns e os tipos de capital que os atores econômicos e sociais possuem. A maior posse de capital econômico e simbólico do ator permite a percepção de produtos tradicionais como bens singulares, aumentando o valor econômico e simbólico destes últimos. Neste mercado, o papel do chef é chave na construção da confiança dos consumidores, elemento essencial para a construção da escolha, por meio das informações sobre a qualidade, a tradição, a tipicidade e a singularidade dos produtos. A gastronomia tece, portanto, uma relação entre a tradição e a modernidade, lembrando as tradições e a tipicidade, porém refinando-as com novas técnicas. O chef se apropria do saber tradicional e o transforma em objeto de desejo a partir da sua sofisticação com técnicas, estética e ambiente onde está inserido. Averiguou-se que dos tipos de valor

¹ UFCSPA

² UnB

estudados, o valor simbólico destacou-se frente ao valor moral e econômico, tanto por atribuições afetivas, como lembranças de infância ou relação com entes queridos, quanto por aporte de status, sendo as principais motivações para o consumo desses bens. Por essa razão, o papel dos produtores na formação e na apropriação do valor econômico destes produtos tradicionais é bastante limitado. A diferença entre o discurso de responsabilidade social e desenvolvimento local contrasta com uma prática que ergue muros ao invés de pontes entre os circuitos que levam a inserção destes produtos na alta gastronomia, o que torna urgente mecanismos de fair trade na relação gastronomia e pequena produção.

Palavras-chave: produtos agroalimentares tradicionais; valorização; alta gastronomia; dispositivos de julgamento; mercados.

MANJUBA: RESGATE CULTURAL, NUTRICIONAL E GASTRONÔMICO

Flavia Lerma da Cruz¹

Camila Arruda dos Santos¹

Luiza Graciano Nogueira¹

A manjuba é um tipo de peixe presente na alimentação da cultura brasileira, conhecido cientificamente como *Anchoviella lepidentostole*, pertencente à família *Engraulidae*, chamada também, popularmente de aletria, azeitona, pipitinga e xangô. O peixe vive predominantemente em zonas superficiais de oceanos tropicais e pode ser encontrado em quase todo litoral brasileiro, principalmente no nordeste. A Manjuba é caracterizada pela carne consistente e elástica, e por não apresentar nenhuma pigmentação, deixando sua carne quase transparente. Apesar de ser um peixe acessível e de baixo custo, seu consumo tem sido reduzido, sendo preparado principalmente frito. Assim, este projeto teve como objetivo desenvolver uma preparação gastronômica com a manjuba para incentivar seu consumo e caracterizar seu histórico e sua composição nutricional, tanto da manjuba quanto da preparação escolhida. Para este trabalho foi realizado um levantamento bibliográfico em artigos científicos, sites de órgãos oficiais e em tabelas de composição química dos alimentos para avaliar o aporte nutricional da preparação. Foram realizados, ainda, testes culinários e degustação no laboratório de práticas gastronômicas. Como resultados foi possível identificar que a manjuba pode ser considerada um alimento funcional por conter ácido graxo linolênico (n-3), um ácido graxo, que não é produzido pelo corpo humano, encontrado principalmente em gorduras animais com função de auxiliar no crescimento e desenvolvimento, especialmente nos olhos e cérebro. Além de alto valor proteico. A receita que o grupo propôs foi o “Ceviche de manjuba” a ser servido em uma cestinha de parmesão, tendo como principais ingredientes a manjuba, cebola roxa, cebolinha, limão, tomate e temperos (azeite, vinagre e sal) e queijo do tipo parmesão para a cestinha. A etapa mais trabalhosa da preparação foi observada na retirada da espinha e cabeça do peixe. Por ser um peixe pequeno, o peso líquido do alimento ficou bastante reduzido, indicando a necessidade de avaliar novas testes nos quais possam ser utilizados o peixe inteiro. Estabeleceu-se uma porção de 45,14 gramas de Ceviche que apresentou o valor calórico de 273,90 quilocalorias sendo 16,20 g de proteínas, 10,28 gramas de carboidratos e 18,66 gramas de lipídios. Feita a pesquisa de preço de mercado dos ingredientes, verificou-se o valor da porção de 3,60 reais. Com tudo isso o grupo concluiu, que a Manjuba é um ingrediente que não é necessário comer apenas frito como normalmente é

¹ Discentes do curso de Bacharelado em Nutrição do Centro Universitário Senac - Santo Amaro. Av Engenheiro Eusébio Stevaux, 823 – Santo Amaro, São Paulo - SP

consumido pela população, que apesar de seu tamanho é possível explorar outras maneiras de preparo para que ela não seja esquecida, como está acontecendo com ela e com muitos outros ingredientes que deixaram de ser consumidos pela população brasileira.

Palavras-chave: manjuba; cultura alimentar; ceviche

O VINHO BIODINÂMICO BRASILEIRO NO MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL

Renato Luis da Rocha Duarte¹

Resumo:

O presente artigo tem como **objetivo** principal a análise dos elementos que caracterizam o vinho biodinâmico brasileiro e seu posicionamento no mercado nacional e internacional, uma vez que a viticultura biodinâmica imprime em seu produto final “vinho”, as características reais do *terroir* da região. A análise destes aspectos será tratada paralelamente as estratégias trazidas por Philip Kotler (1997), em sua obra “O Marketing das Nações – Uma abordagem estratégica para construir as riquezas nacionais”. Esse paralelo terá por fim a demonstração de que as estratégias propostas por Kotler aliadas a proposição de segmentação e posicionamento de mercado desenvolvidas por Al Ries e Jack Trout, para criação de uma identidade nacional são fontes inesgotáveis de geração de riqueza para os produtores ligados a viticultura biodinâmica. Kotler aponta que as estratégias adotadas por um determinado país, representarão oportunidades para alguns setores e ameaças para outros, cabendo desta feita ao interessado, desenvolver uma estratégia de governança e marketing que se alinhe as estratégias de geração de riqueza do país respectivo. Desta conjunção de institutos, agricultor, produtor, mercado do vinho e estratégias de marketing, desenvolve-se o presente estudo. Esta pesquisa adota uma abordagem exploratória na expectativa de obter-se um maior conhecimento sobre o mercado do vinho biodinâmico brasileiro, frente à segmentação e posicionamento de mercado como estratégias de marketing para a criação de um produto de identidade nacional e consequente geração de riquezas àqueles que pertençam a essa cadeia produtiva. Quanto ao método de estudo, fora aplicado o método qualitativo, pois este permite estudar eventos selecionados de forma detalhada. No que tange aos procedimentos analíticos, a estratégia adotada teve por base as proposições teóricas de Kotler (1997), as quais nos direcionaram ao que poderemos denominar de produto com identidade nacional, dentro do mercado de vinhos brasileiro. Portanto, foram avaliados os fatores geográficos favoráveis aliados aos fatores de marketing utilizados para a construção de seu produto/marca dentro de um determinado segmento, criando assim uma identidade/referência para o vinho brasileiro. Como resultados desse trabalho, verificou-se que algumas circunstâncias são favoráveis aos envolvidos nesse segmento, as quais vão desde o desenvolvimento de vinhos tranquilos e espumantes de caráter único e diferenciado, até a exploração e o desenvolvimento do turismo enogastronômico regional

¹ Mestrando em Hospitalidade, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo/Brasil.

especializado ligado aos produtos orgânicos, cuja união às estratégias de marketing e posicionamento de mercado são os responsáveis por criar perante o mercado nacional e internacional toda uma variedade de produtos e serviços geradores de riquezas.

Palavras-chave: vinho brasileiro; agricultura biodinâmica; segmentação de mercado; valor nacional.

A GASTRONOMIA NOS MERCADOS PÚBLICOS RECIFENSES

Monica Panetta¹

Marcos Alexandre de Melo Barros²

A Organização das Nações Unidas (ONU) declarou 2014 como o ano da Agricultura Familiar com o objetivo de reposicionar a agricultura familiar no centro das políticas agrícolas, ambientais e sociais através das agendas nacionais (FAO, 2014). Para Costa (2011), a nova geração de chefs de cozinha está focado na Gastronomia Brasileira, seguindo o exemplo dos chefs franceses, que chegaram ao Brasil no início da década de 80 e deram preferência aos ingredientes locais, utilizando a criatividade e apresentando preparações inovadoras. O projeto Produtores, desenvolvido na Faculdade Senac PE, apresentou objetivos que atendem aos parâmetros definidos pela ONU como promover o produtor, divulgando os seus produtos no mercado, valorizar os pequenos empreendedores, auxiliando na consolidação dos seus negócios e levar ao conhecimento do público, produtos com potencial gourmet, elaborado de maneira artesanal, com cuidado com o meio ambiente e preocupação com a sustentabilidade. O presente resumo tem o objetivo de relatar uma experiência desenvolvida entre estudantes de um curso superior de Gastronomia, ao desenvolver um projeto de extensão no Mercado da Madalena, localizado na cidade de Recife (PE). Inicialmente, na Faculdade Senac PE, os graduandos formaram grupos e cada um assumiu um produtor de agricultura familiar, sendo preferível um agricultor que trabalhasse com produtos orgânicos. O passo seguinte consistiu em realizar pesquisas do ingrediente escolhido, para que pudessem desenvolver uma preparação com o insumo escolhido. Com a preparação definida, foi feita a degustação em sala de aula e após aprovação da turma e do professor orientador iniciou-se a confecção do folder no laboratório de informática, para divulgação da receita e do produtor no dia da apresentação. Para finalizar esse processo, foram elaborados objetos de aprendizagem para serem visualizados em dispositivos móveis, como celulares, tablets e notebooks. As pesquisas realizadas pelos alunos de gastronomia foram organizadas e estruturadas no blog de Cozinha Brasileira – temperosdagente.blogspot.com. Também foram reunidos textos, links, filmes e fotos, que facilitaram a promoção do trabalho realizado. No Mercado, cada grupo, num intervalo de 50 minutos, foi organizado em uma barraca expositora. Nesse espaço, apresentou os produtores, o produto e a degustação das preparações. O

¹ Professora da Instituto Federal do Piauí (IFPI). monica.panetta@yahoo.com.br

² Coordenador de Extensão da Faculdade Senac PE. marcosbarros@pe.senac.br

projeto permitiu uma maior interação entre faculdade e sociedade, possibilitou uma

¹Professora da Instituto Federal do Piauí (IFPI). monica.panetta@yahoo.com.br

²Coordenador de Extensão da Faculdade Senac PE. marcosbarros@pe.senac.br

retroalimentação para os atores envolvidos e ainda permitiu que os agricultores fossem beneficiados com o conhecimento construído na instituição. Diante desse cenário, é fundamental que esses profissionais conheçam quem produz os insumos e valorizem os produtos da terra. É essencial que a academia se aproxime da população e que os saberes acadêmicos ajudem os produtores a divulgarem seus produtos e que os alunos conheçam e aprendam com eles, seus futuros fornecedores de matérias-primas de qualidade.

Palavras-chave: mercados públicos; agricultura familiar; gastronomia.

DO CAMPONÊS AO CHEF – A IMPORTÂNCIA DO TERRITÓRIO NA GASTRONOMIA

Sandro Dias¹

Um campo de estudo relativamente novo na academia é a análise do “discurso” gastronômico associado à questão da sustentabilidade e alicerçada na noção de território. A origem da relação entre gastronomia e ecologia, e os porquês da importância disso hoje, são questões que tem pautado o trabalho de muitos chefs ao redor do mundo e também no Brasil.

O objetivo deste artigo é mapear algumas referências teóricas a respeito do nexo entre ecologia e gastronomia, em razão da nossa tese de doutoramento em Ecologia Aplicada na Esalq/Cena/USP, em andamento, e também de reflexões surgidas na disciplina Estudos Contemporâneos de Gastronomia, do curso de Gastronomia do Centro Universitário Senac, no *campus* Águas de São Pedro.

O agente mais importante desse processo é o camponês, que “nutre” a gastronomia com produtos de qualidade, especialmente por meio de culturas que não se rendem à “agricultura convencional”, caracterizada pelo uso de aditivos químicos com o objetivo de “fortalecer” o solo, herbicidas tóxicos e o uso de sementes muitas vezes modificadas geneticamente.

Mas quem é o camponês? Entre os gregos antigos, temos o *gheorgos*, que praticava a agricultura numa perspectiva de liberdade que realizavam orgulhosamente. Em contraste, os *contadini* romanos dentro da lógica feudal, submissos a um senhor e sua atividade está muito distante de ser autônoma, trata-se de uma lógica servil.

A metodologia prevê a análise da literatura sobre o impacto da Revolução Verde no Brasil, as iniciativas agroecológicas e os movimentos gastronômicos de vanguarda que tiveram ou tem algum flerte com as questões ecológicas e que impactam as tendências (e talvez as práticas) dos restaurantes, a partir da aproximação com iniciativas agrícolas contra hegemônicas.

Nossos resultados parciais apontam que a sociedade globalizada e pós-desenvolvida propicia contextos de negação de territórios em função de uma padronização de gostos, práticas, visões de mundo que lhe são incompatíveis na maioria dos casos na esteira do argumento de desterritorialização, nos termos de E. Leff. Por outra via, admite-se também a existência de iniciativas que aproximam a produção local, sazonal e orgânica do mundo da gastronomia.

O uso de produtos regionais, seguindo sua sazonalidade e respeitando o saber fazer do agricultor familiar parece apontar para uma tendência muito estimulante que é uma cozinha orientada por ingredientes de base territorial e que possa estimular a

¹ Professor do Centro Universitário Senac e da Unicamp. Doutorando em Ecologia Aplicada da Esalq/Cena/USP.

multifuncionalidade da agricultura familiar (CAZELLA; BONNAL; MALUF, 2009), muito diferente do que provoca, em muitos casos, a indústria da alimentação ou as cadeias de *fast food* (MORUZZI MARQUES e BLEIL, 2000).

A partir dessas considerações nosso artigo apresenta alguns apontamentos sobre o “estado da arte” da discussão sobre a gastronomia e sua origem agrícola e as possibilidades de fortalecimento de cadeias de circuitos curtos alimentares.

Palavras-chave: agricultura familiar; camponês; gastronomia; restaurante; Revolução Verde; sustentabilidade; território; *terroir*.

ESTUDO SOBRE A COZINHA ITALIANA NAS FAZENDAS DE CAFÉ EM SÃO PAULO, ENTRE 1880 E 1930

Tânia Biazoli¹

Trata-se de um estudo sobre a cozinha italiana nas fazendas de café em São Paulo, entre 1880 e 1930. Este trabalho, compartilhado entre o chef Jefferson Rueda e a pesquisadora de comida caipira Tânia Biazoli, frutificou no menu autoral do restaurante Attimo.

A proposta é apresentar os caminhos da pesquisa entre a história da imigração, do café e da cozinha italiana no interior paulista. O que permitiu unir todos os fios dessa história foi escrever o cardápio no estilo de uma carta, acompanhada de cartões postais.

Quem foi jantar no restaurante recebeu a carta de um imigrante italiano, mandando notícias para a família, que narrava a viagem para a América, o trabalho na lavoura de café e na roça de subsistência, o que se comia aqui.

Após atravessar o longo e tempestuoso mar, os imigrantes italianos chegaram à América. Depois de 20 e poucos dias, desembarcaram no desejado porto de Santos. Então, prosseguiram a viagem, pela ferrovia, até a Hospedaria dos Imigrantes em São Paulo. Aí partiram em direção às fazendas do interior. Quando chegaram, não viram outra coisa senão uma quantidade interminável de pés de café, florestas virgens e escravos negros.

O fazendeiro destinava uma quantidade de pés de café, segundo os braços para a lavoura de cada família, com o acordo de que pudessem carpir e colher o café. Os colonos produziam, a um só tempo, o café para o fazendeiro e os meios de vida para si mesmos. Assim plantavam milho e feijão entre os pés de café, bem como criavam soltos porcos e galinhas para comer. Cultivavam, ainda, os legumes na horta do quintal. E compravam alguns produtos, inclusive importados da Itália, no armazém da fazenda.

Aqui encontraram o caipira, que comia milho e feijão, porco e galinha. Mas os imigrantes italianos preparavam esses ingredientes de acordo com seus hábitos alimentares. O gosto camponês pela polenta, minestra e pão com carne salgada, peixe seco ou legumes veio junto na mala de viagem da família italiana.

Do milho, faziam o fubá para o preparo da polenta dos italianos do norte ou da broa dos italianos do sul. Do porco, comiam os miúdos e sangue, bem como faziam os embutidos. A carne de porco oferecia, também, o lardo para condimento.

¹ Tânia Biazoli é psicóloga, mestre e doutoranda em psicologia social pelo Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo.

Preparavam, ainda, os legumes em conserva.

Por um lado, os imigrantes italianos conseguiram manter seus hábitos alimentares ao comer a polenta. Por outro, tiveram que modificar seu paladar ao adotar no dia-a-dia o arroz com feijão.

Quem foi ao restaurante ainda recebeu alguns cartões postais, com a lista dos pratos que seriam servidos. Para beliscar, mandioca com lardo de porco, provolone com favo de mel, berinjela com porco, polenta com língua de boi. Entre os pratos principais, minestra, abóbora com requeijão e café, macarrão com molho de tomate, arroz com feijão e gema de ovo, toucinho com abacaxi e almeirão, cabrito com cará e chicória. Para a sobremesa, doce de leite com mocotó, baba à cachaça com café.

Descobrimos que a cozinha dos imigrantes italianos, nas fazendas de café do interior paulista, era por um lado toda camponesa e por outro toda regional. Era distante, ainda, a união dos italianos à mesa ao redor das receitas burguesas de Pellegrino Artusi.

Palavras-chave: imigração italiana; história do café; cozinha italiana.