

O USO DA BAUNILHA DO CERRADO NA ALTA COZINHA: DISCUSSÃO SOBRE A APROPRIAÇÃO DE SABERES KALUNGAS

Mariane Ravagio Catelli ¹
Luciene Cristina Risso ²

RESUMO

No Cerrado, há uma espécie de baunilha (*Vanila edwalli*) muito cobiçada na alta cozinha. O Instituto Atá, do renomado chef Alex Atala, realizou um projeto na comunidade quilombola Kalunga chamado "Baunilha do Cerrado", com o intuito de promover uma cadeia produtiva da espécie. Entretanto, houve diversas reclamações dos quilombolas referentes ao projeto, inclusive pelas patentes realizadas junto aos órgãos oficiais. Baseado na pesquisa de doutorado da autora, o artigo visa discutir de que forma se dá as relações entre o chef e a comunidade. Para isso, foi realizada um trabalho de campo na comunidade e entrevistas, que foram fundamentais para compreender essa relação e suas complexidades.

Palavras-chave: alta cozinha, comunidade quilombola, quilombo Kalunga, baunilha do cerrado, geografia cultural

ABSTRACT

In the Cerrado, there is a type of vanilla (*Vanila edwalli*) that is highly sought after in haute cuisine. The Atá Institute, owned by renowned chef Alex Atala, carried out a project in the Kalunga quilombola community called "Baunilha do Cerrado", with the aim of promoting a production chain for the species. However, there were several complaints from quilombolas regarding the project, including patents filed with official bodies. Based on the author's doctoral research, the article aims to discuss how relations between the chef and the community occur. To this end, fieldwork was carried out in the community and interviews were carried out, which were fundamental to understanding this relationship and its complexities.

Keywords: haute cuisine, quilombola community, Kalunga quilombo, cerrado's vanilla, cultural geography

INTRODUÇÃO

O geógrafo Pitte (1993, p.103) afirma em sua obra "Gastronomia Francesa: história e geografia de uma paixão" que "o laço que une a gastronomia ao poder é constante". A Gastronomia, considerada uma arte por muitos, busca ir além da cozinha do dia a dia. A

¹ Doutoranda Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Geociências e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista – "Júlio de Mesquita Filho", Campus de Rio Claro, m.catelli@unesp.br;

² Professora Doutora no curso de Graduação em Geografia da Faculdade de Ciências, Tecnologia e Educação da Universidade Estadual Paulista – "Júlio de Mesquita Filho", Campus de Ourinhos e do Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Geociências e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista – "Júlio de Mesquita Filho", Campus de Rio Claro, luciene.risso@unesp.br;



experiência em restaurantes de Alta Gastronomia pode ser considerada ritualística e, mais do que o paladar, encantam a visão, a audição, o olfato e o tato.

Para os geógrafos da Geografia Cultural, como Cosgrove (2011), é necessário estar atento à produção simbólica que é apreendida como cultura hegemônica de classe a ser imposta para todas as outras.

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

Oliveira (2012) questiona: “qual é o sabor imaginário atual?”. Pode-se ir além nesta pergunta: afinal, quem se apropria do sabor imaginário atual?

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

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

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

A baunilha é um produto muito cobiçado na Gastronomia e é utilizada em vários pratos, principalmente na confeitaria. A ilha de Madagascar é a maior produtora de baunilha do mundo, mas o Brasil também possui espécies nativa da planta, principalmente no Cerrado.

A baunilha do Cerrado (*Vanilla edwalli*), conhecida também como “baunilha banana” possui raízes grossas e aéreas, sementes crustosas, sem asas, folhas ovais em forma de lança e de cor verde escura; suas flores são verde-amareladas geralmente isoladas nas axilas das folhas, e o fruto – a ‘fava’ da baunilha – mede de 20 a 25 cm de comprimento e tem o formato alongado; tem aroma rico, superfície oleosa e é suave no toque. Diferencia-se de outras *Vanilla* por causa dos caules delgados, labelo tribolado, elipsoide. De hábito terrestre, subindo nas árvores apoiada por raízes aéreas. Segundo populares, cresce mais em árvores frutíferas e em locais frescos próximos de água, como brejos. (SLOW FOOD, s.p³)

No livro D.O.M. – redescobrimo ingredientes brasileiros, a baunilha é citada numa receita intitulada “Mingau de Fubá com queijo, melaço de cana e óleo de baunilha”, sendo que a baunilha é utilizada junto ao óleo de canola para a extração do sabor.

No entanto, geralmente a baunilha é utilizada para a confeitaria. A confeitaria clássica utiliza a baunilha em preparações de cores claras (como creme de confeiteiro, creme anglaise, panna cotta, sorvete), porque a visualização das suas sementes agrega valor à preparação, não sendo apenas uma questão de sabor, mas também visual.

Em seu livro, Atala chama o ingrediente de “baunilha brasileira” e nos sites do restaurante e instituto a chama de “baunilha do cerrado”. É interessante notar que alguns ingredientes popularizados por Atala carregam o nome da comunidade, como, por exemplo, “pimenta Baniwa” e “cogumelo Yanomami”.

Em 2019, o site “De olho nos ruralistas – observatório do agronegócio no Brasil” divulgou uma reportagem intitulada “Alex Atala registra marcas da baunilha do cerrado, alimento tradicional dos quilombolas”⁴, do jornalista Caio de Freitas Paes. O projeto “Baunilha do Cerrado” foi desenvolvido ao longo de dois anos (2016 – 2018) pelo Instituto ATÁ no território do Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga. De acordo com o Instituto, um dos objetivos do projeto era “ajudar os quilombolas a formar uma cadeia produtiva da espécie”.

Um dos parceiros do projeto foi a Fundação Banco do Brasil, que financiou aproximadamente noventa por cento do projeto, de 424 mil reais. A FAO (Organização das

³ Disponível em https://slowfoodbrasil.org.br/arca_do_gosto/baunilha-do-cerrado/ Acesso em 14 abri. 2023

⁴ Disponível em: <https://deolhonosruralistas.com.br/2019/07/17/instituto-de-alex-atala-registra-marcas-da-baunilha-do-cerrado-alimento-tradicional-dos-quilombolas/> Acesso em 23 out. 2020

Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) e o próprio instituto também proveram recursos para a sua realização.

Durante o projeto, o Instituto ATA solicitou junto ao INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) a exclusividade no uso do nome popular “Baunilha do Cerrado”. Cabe aqui ressaltar que o preço da baunilha é comparado ao preço da prata no mercado internacional, custando aproximadamente 600 dólares por quilograma.

METODOLOGIA

No dia 16 de dezembro de 2022, a pesquisadora realizou um trabalho de campo na comunidade Kalunga, localizado no norte do Estado de Goiás. O campo foi realizado juntamente com professores e estudantes da Faculdade de Ciências, Tecnologia e Educação da Unesp – Câmpus de Ourinhos como parte integrante de algumas disciplinas da graduação em Geografia.

É importante ressaltar que a visita ocorreu na comunidade de Engenho II e que o projeto desenvolvido pelo Instituto ATA ocorria na comunidade de Vão das Almas. O quilombo possui uma associação, a AQK (Associação Quilombo Kalunga), que possui representantes de todas as comunidades.

O trabalho de campo consistiu em reconhecimento do território, roda de conversa com moradores e almoço. A pesquisadora realizou uma entrevista a parte para falar sobre a baunilha do cerrado.

A roda de conversa foi importante para compreender fatores gerais do quilombo, como estrutura, educação, turismo, saúde e afins. Um ponto importante a ser destacado é sobre a realização de pesquisas e projetos na comunidade, que anteriormente era realizado sem o consentimento da comunidade. Atualmente, todos os projetos passam pela AQK e precisam de autorização para serem realizados.

REFERENCIAL TEÓRICO

Para Woortman (2013, p. 06) “nas mais diferentes sociedades, os alimentos são não apenas comidos, mas também pensados; quer dizer, a comida possui um significado simbólico – ela expressa algo mais que os nutrientes que a compõem”. Falar sobre comida faz parte do nosso passado e, mesmo assim, é um assunto que está longe de findar-se.

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

Alguns autores da Geografia Cultural durante os anos 1980 e 1990, principalmente na Inglaterra, tentaram aproximações com a teoria marxista. Esta corrente do pensamento geográfico passou a ser chamada de “Nova Geografia Cultural”. Porém, Cosgrove (2011) expõe que houve falhas e que não foi desenvolvido um diálogo mútuo entre as correntes de pensamento.

O marxismo e a geografia cultural compartilham importantes pressuposições básicas referentes ao significado da cultura. Entretanto, de diversas maneiras e por razões diferentes, ambos falharam em manter essas pressuposições em suas práticas e não desenvolveram um diálogo mútuo.” (COSGROVE, 2011, p. 104)

De acordo com o autor, apesar de compartilhar pressupostos, não é possível ter uma definição apenas prática da cultura e responder tudo apenas pelo viés econômico, assim como fazem os geógrafos marxistas. Cosgrove (2011) pontua que estes devem reconhecer que o mundo, para além de ser apenas material, também é simbolicamente construído.

Conforme Smith (2014), a chamada “Nova Geografia Cultural” inspirou-se na até então recente teoria pós-modernista e baseava-se nas reivindicações intelectuais de cunho marxista, focando nas questões de consumo – inerente à construção do sujeito. A partir de seus estudos, a Nova Geografia Cultural:

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

Entretanto, o autor afirma que o foco nas questões relativas ao consumo, devido à desigualdade crescente no mundo capitalista, se tornou excludente e reducionista, pois

De fato, existem mais trabalhadores no mundo hoje, mais pessoas envolvidas na produção social, que em qualquer época anterior, mas a geografia cultural

do trabalho praticamente não existe enquanto foco de pesquisa acadêmica. A respeito disso, a nova geografia cultural, que se orgulhou em colonizar a ponta de lança da transformação social — o novo poder do consumo —, é dramaticamente irrelevante para muito do que está acontecendo no mundo e para grandes partes das vidas da maioria das pessoas. A partir desse ponto de vista, pelo menos no mundo anglófono, a nova geografia cultural veio cada vez mais a representar uma visão do mundo extremamente etnocêntrica e com privilégios de classe. (*ibidem*, p. 339)

Ele cita os estudos de Corrêa ao afirmar que as relações de poder estão enraizadas na produção do espaço e da cultura e que a Nova Geografia Cultural foi necessária, pois “a política de consumo é um tópico inerentemente importante, mas não quando o foco na cultura e no consumo se tornam uma desculpa para excluir culturas de produção e as vidas trabalhistas das pessoas ao redor do mundo.” (SMITH, 2014, p. 341)

Para Cresswell (2010), há um arranjo assimétrico de poder no mundo e as categorias raça, classe e gênero nomeiam parte da opressão e exploração que ocorre. Para o autor, as assimetrias sistemáticas seguem linhas sociais reconhecíveis e é importante pensar o papel da Geografia na sua produção.

Em primeiro lugar acredito que o mundo está marcado por desigualdades e injustiças. Eu não quero dizer o tipo de injustiça que podemos localizar no tratamento que um indivíduo dispensa a outro indivíduo. Quero dizer, o tipo isso envolve o arranjo sistematicamente assimétrico de poder, de modo que coisas como opressão e exploração possam ocorrer. Acredito que categorias como raça, classe e gênero nomeia aspectos desses arranjos de poder. Acho que há pessoas que não acreditam mais nisso, mas eu estou disposto a apostar que eles estão errados. Se estiver certo, creio que é importante tomar conta deles. Para descrevê-los, explicá-los e, esperançosamente, transformá-los⁵ (*idem*, p. 172)

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

⁵First of all I believe that the world is marked by inequalities and injustices. I do not mean the kind of injustice we can locate in the individual's treatment of another individual. I mean the kind that involves the systematically asymmetrical arrangement of power such that things like oppression and exploitation can occur. I believe that categories such as race, class and gender name aspects of these arrangements of power. I guess there are people who no longer believe this but I am willing to make a wager that they are wrong. If I am correct, I believe it is important to take account of them. To describe, explain and hopefully transform them.

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

De acordo com Bueno (2016), a partir da década de 1970 e 1980, há o aparecimento de *chefs* atuantes em outros polos: América Latina, Estados Unidos da América, África e Ásia, ampliando a geografia da cultura gastronômica e reinventando-a. Essas mudanças foram amplificadas pelos meios de comunicação que fez com que o setor estivesse em centro de debates em diversos segmentos sociais e responsável pela transformação dos *chefs* em verdadeiras celebridades.

Esses chefs, que não produzem em função da demanda do mundo dos restaurantes ou simplesmente para agradar uma clientela específica, podem ser situados a partir de duas características. Primeiramente, eles não são reconhecidos apenas como os melhores cozinheiros, mas como aqueles que repensam e definem a maneira como as pessoas vão comer. Não estão preocupados em criar pratos, mas em propor novos conceitos e modos de se relacionar com a comida. Em segundo lugar, as transformações que propõem não são aleatórias, pois elas levam em consideração a história do campo e se constituem em sintonia com os debates correntes entre os pares, uma vez que o reconhecimento e a legitimação se produzem no interior do campo. As rupturas e as inovações podem ser gestadas no laboratório das cozinhas, reveladas nas salas dos restaurantes, mas só vão se consolidar quando transformadas em discursos e textos que vão embasar os debates e disputas simbólicas que movem as transfigurações do campo da gastronomia. (BUENO, 2016, p. 448)

Dessa forma, pode-se afirmar que a Gastronomia é um campo cultural também passível de colonização. Por muito tempo, a gastronomia francesa predominava no país. Atualmente, temos restaurantes japoneses premiados por guia internacionais no Brasil. A alta cozinha brasileira, com o destaque para os produtos da biodiversidade nacional desconhecida por muitos, faz com que este seja um caminho descolonial interessante a ser seguido.

Porém, a socióloga e historiadora Silvia Rivera Cusicanqui (2010) alerta sobre os perigos do colonialismo interno: mecanismos sociais e práticas de dominação assentada em uma larga história de opressões e que representam uma matriz comum para diversas regiões que compõem a América Latina e que podem acontecer por diferentes grupos sociais do mesmo país.

Hoy en día, la retórica de la igualdad y la ciudadanía se convierte en una caricatura que encubre privilegios políticos y culturales tácitos, nociones de sentido común que hacen tolerable la incongruencia y permiten reproducir las estructuras coloniales de opresión.⁶ (CUSICANQUI, 2010, p. 56 – 57)

Cusicanqui (2010) afirma que a descolonização deve ocorrer nas estruturas políticas, econômicas e nas mentes. Em suas palavras, “no puede haber un discurso de la descolonización, una teoría de la descolonización, sin una práctica descolonizadora.”⁷ (*idem*, p. 62)

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O entrevistado durante o trabalho de campo chama-se Jorge Moreira de Oliveira, 54 anos, morador da comunidade desde o seu nascimento e já foi presidente da AQK. A entrevista com a pesquisadora teve curta duração por conta da roda de conversa que ocorreu previamente e iniciou com a apresentação a pesquisa, sobre a baunilha Jorge diz:

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

Complementou que o projeto já foi para a associação “mastigado”, não foi algo que criaram juntos. Jorge disse que foi procurado por pessoas do Instituto para transferir o projeto de Vão de Almas para a comunidade do Engenho, mas ele disse que era necessária uma autorização por escrito da comunidade Vão de Almas.

A pesquisadora questionou sobre associações internacionais, como *Slow Food* e Jorge disse que não tem conhecimento. A pesquisadora comenta sobre a apropriação do produto e sobre os preços aplicados no restaurante em São Paulo e Jorge comenta sobre o lucro que foi tirado.

⁶ Hoje em dia, a retórica da igualdade e da cidadania se converte em uma caricatura que encubre privilégios políticos e culturais tácitos, noções de sentido comum que fazem toleráveis a incongruência e permitem reproduzir as estruturas coloniais de opressão. (tradução nossa)

⁷ Não pode haver um discurso da descolonização, uma teoria da descolonização, sem uma prática descolonizadora. (tradução nossa)

Por fim, a pesquisadora pergunta se eles usam a baunilha no cotidiano e a resposta foi: “Não, não, usa pro chá, quem toma cachaça gosta de colocar na cachaça, pras outras coisas ainda não é usado”.

Na loja da comunidade, havia algumas coisas a venda, como cachaça com baunilha, licor de baunilha e a fava da baunilha. Também outros produtos como arroz, feijão, farinha de mandioca e artesanatos estavam disponíveis para a compra.

Após a entrevista, houve um almoço na comunidade com pratos típicos em fogão a lenha, como pequi, frango, banana frita, farofa, quiabo e afins.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

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

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

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

REFERÊNCIAS

ACSELRAD, H. Ambientalização das lutas sociais - o caso do movimento por justiça ambiental. **Estudos avançados**. São Paulo , v. 24, n. 68, p. 103-119, 2010 . Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340142010000100010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 28 Ago. 2019.



ALMEIDA, M. G. De. Para além das crenças sobre alimentos, comidas e sabores da natureza. **Mercator - Revista de Geografia da UFC**, vol. 16, núm. 2, 2017 Universidade Federal do Ceará, Brasil

BUENO, M. L. Da gastronomia francesa à gastronomia global: hibridismos e identidades inventadas. **Cad. CRH**, Salvador, v. 29, n. 78, ano 2016, p. 443-462.

COSGROVE, D. E. Em direção a uma Geografia cultural radical: problemas na teoria. IN: CORRÊA; R. L.; ROSENDAHL, Z. (org.). **Introdução à geografia cultural**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011. p. 103-134.

CRESSWELL, T. New Cultural Geography – an Unfinished Project? **Cultural Geographies**, vol. 17, no. 2, 2010, pp. 169–74. *JSTOR*, <http://www.jstor.org/stable/44251329>. Acesso em 25 Nov. 2023.

FISCHLER, C. **El (h)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo**. Barcelona: Anagrama; 1995.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.

OLIVEIRA, L. Introdução: o estudo do sabor pela Geografia. **Geograficidade**, v. 2, n. 1, p. 42 – 52, 2012.

PITTE, J. R. **Gastronomia Francesa: história e geografia de uma paixão**. São Paulo: L&PM, 1993

RIVERA CUSICANQUI, S. **Ch'ixinakax utxiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores** - 1a ed. - Buenos Aires: Tinta Limón, 2011

SMITH, Neil. The diversion of culture, the politics of cultural geography. **Geographia**, v. 16 n. 31 2014, pp. 8–23.

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