

Índice

O que é a Arca do Gosto?	Pág. 4
Qual o objetivo?	Pág. 5
Como identificar um produto da Arca?	Pág. 6
Quais os critérios de seleção de um produto?	Pág. 9
Regras gerais	Pág. 19
Como indicar um produto?	Pág. 21
Como divulgar a Arca do Gosto?	Pág. 24
Qual a diferença entre a Arca do Gosto e as Fortalezas?	Pág. 26

Textos de: Serena Milano, Raffaella Ponzio, Piero Sardo

Com a colaboração de: Francesca Baldereschi, Silvia Ceriani, Laura Drago, Eleonora Giannini, Ursula Hudson, Ludovico Roccatello, Veronica Veneziano

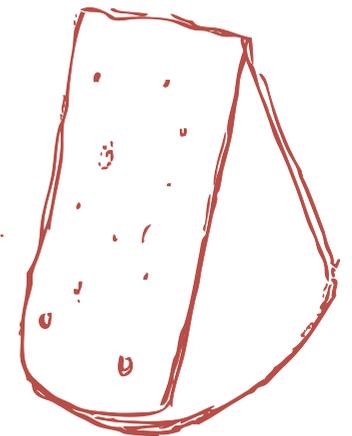
Assessoramento técnico e científico de: Carlo Bazzocchi, Daniele Bigi, Sergio Capaldo, Mauro Cravero, Silvio Greco, Federico Infascelli, Gwyn Jones, Paola Migliorini, Luca Nicolandi, Cristiana Peano, Giovanni Perri, Andrea Pieroni, Francesco Sottile

Tradução e editoração: Flora Misitano, Velia Lucidi

Layout e projeto gráfico: Alessia Paschetta

Fotografias: © Xavier Bartaburu, Livio Bersano, Marco Bruzzo, Hilder Buer, Kunal Chandra, Giuseppe Cucco, Giuseppe Fassino, Michèle Mesmain, Oliver Migliore, Paolo Andrea Montanaro, Alberto Peroli, Henriette Smith, Francesco Sottile, Paola Viesi, Slow Food Archives

Impressão: Stampatello - Roreto di Cherasco (Cn - Itália)



O que é a Arca do gosto?

A Arca do Gosto é um catálogo de produtos em risco de desaparecer, que fazem parte da cultura e das tradições do mundo inteiro.

Na Arca embarcam espécies vegetais e animais, mas também produtos processados, pois, junto com a diversidade vegetal e animal, estão desaparecendo também queijos, carnes curadas, pães e doces, expressão de saberes rurais e artesanais não escritos, mas complexos, sendo o fruto de competências e práticas que se transmitem há gerações.

Em outubro de 2012, em Turim, o Congresso Internacional do Slow Food, destacou a importância da biodiversidade, relançando o projeto da Arca do Gosto como ferramenta fundamental da associação que envolve convivia, produtores e comunidades locais. O Comitê Executivo Internacional pediu para a Fundação Slow Food para a Biodiversidade (órgão técnico do Slow Food Internacional) que desenvolvesse e coordenasse o projeto da Arca do Gosto, através do Comitê Técnico Internacional, de comissões locais (nacionais, regionais ou outros organismos reconhecidos), e com a colaboração da Universidade de Ciências Gastronômicas.

Qual o objetivo?

A Arca foi criada para chamar a atenção para estes produtos, denunciar o seu risco de extinção, convidar todos a agir para preservá-los: buscá-los, comprá-los, comê-los, apresentá-los, apoiar os produtores e, em alguns casos (quando os produtos são espécies selvagens em risco de extinção), promover a sua conservação e reprodução.

O objetivo da Arca não é criar um banco das sementes, uma coleção de material genético ou um museu para expor os conhecimentos tradicionais, mas redescobrir e valorizar estes recursos, para apoiar as economias locais.

Em 1999, o Slow Food partiu da Arca do Gosto para lançar a sua primeira Fortaleza. Ainda hoje, indicar um produto para a Arca é muitas vezes o primeiro passo para iniciar uma Fortaleza Slow Food.



Como identificar um produto da Arca

Por onde começar?

Cada um tem seus próprios canais, experiências e redes. Antes de tudo, é preciso refletir e lembrar se, em nossa vida familiar ou profissional, conhecemos algum produto especial que não se encontra mais no mercado ou que se tornou cada vez mais raro.

Não reinvente a roda

É importante descobrir se alguém já fez alguma pesquisa na região, se já existem textos ou catálogos de variedades e raças, ou livros de receitas que também descrevem as matérias-primas. Também é útil visitar jardins botânicos, bancos de sementes e coleções varietais de escolas agrícolas, universidades ou centros de pesquisa. Pode haver muitas informações interessantes, mas ainda não é o suficiente.

Fale com cozinheiros, jornalistas, gastrônomos, técnicos e produtores

Para indicar um produto para a Arca do Gosto, não basta encontrá-lo num catálogo, na internet, num museu, num banco de sementes ou num jardim botânico. Devemos responder às perguntas: “Este produto ainda existe? Encontra-se no mercado atualmente? E se não se encontrar mais, ainda se produz em casa?”



Não é preciso visitar os produtores

A Arca seleciona um produto, não os produtores. Por isso, não é necessário conhecer cada produtor e visitar os locais de produção. Podemos descobrir um produto da Arca conversando com idosos, cozinheiros, jornalistas, especialistas (veterinários, agrônomos, tecnólogos alimentares, antropólogos locais..), feirantes, etc. Obviamente, se falarmos diretamente com o produtor, podemos obter informações mais detalhadas, mas não é imprescindível.

Visite mercados rurais

É importante visitar as feiras locais, concentrando-se nos produtos menos conhecidos e fazendo perguntas aos feirantes. Anote os nomes dos produtos (em todos os idiomas e dialetos), compre amostras dos produtos mais interessantes, leve-os para casa, experimente-os e mostre-os a cozinheiros, agrônomos, idosos da região, perguntando se os reconhecem, se mantiveram as mesmas características do passado ou se mudaram.

Faça muitas perguntas: uma única resposta não basta

O trabalho de identificação e descrição dos produtos da Arca é prazeroso, fascinante e, ao mesmo tempo, complexo. É um pouco como o trabalho de um jornalista investigativo, uma espécie de “investigador de sabores”. Para descrever um produto, é preciso ter paciência, fazer muitas perguntas e, às vezes, repeti-las a diversas pessoas, comparando as respostas. Nunca pare na primeira resposta. Quem produz, cozinha ou come um produto, pode omitir certos detalhes, por considerá-los óbvios. Cabe a nós descobri-los. Muitas vezes, a peculiaridade do produto reside nos detalhes: um tempero, um tipo de fermentação, a forma de defumar. Às vezes, para descobrir um produto interessante, é bom fazer perguntas diretas (por ex.: “Há alguma coisa especial que se produza na sua região?” “Existe alguma coisa que se come ou comia durante festividades?”, etc.).

Ao falarmos de vegetais, precisamos descrever a forma, o peso, a cor, o sabor. Não podemos mencionar apenas a espécie (não basta saber que se trata de um tomate ou de uma cereja): é importante esclarecer se é uma variedade específica, o que a diferencia de outras, se está ligada a uma região específica e como, se a propagação é feita com sementes locais ou comerciais, se é um ingrediente de receitas típicas, etc.

Ao falarmos de uma raça animal, precisamos descrever as características do animal: tamanho, forma dos chifres, cor da pelagem, etc., indicando os produtos derivados (carne, carnes curadas, queijo).

Ao falarmos de um produto processado, é preciso saber como é feito, descrevendo as diversas fases de produção e indicando se os ingredientes são produzidos localmente. Está ligado a uma variedade específica (por exemplo, se for um tipo de pão, é feito com uma variedade especial de trigo ou centeio?) ou a uma raça autóctone (se for um queijo ou uma carne curada, é feito com leite ou carne de uma raça local?)?

Ao falarmos de um queijo, é preciso verificar e mencionar se é produzido com leite cru ou pasteurizado.

Degustação

A degustação é uma ferramenta indispensável para avaliar os produtos, mas é muito importante considerar o seu caráter subjetivo. Os hábitos e a cultura pessoal influenciam a degustação.

Por exemplo, degustando o mesmo tipo de linguiça produzida por diversos produtores, é possível entender se um ingrediente (por exemplo, a erva-doce) é uma variação pessoal ou se faz parte da receita tradicional.

As qualidades sensoriais de um alimento são definidas por:

- aparência
- cor
- consistência (líquida, sólida, crocante, suculenta, macia, suave)
- sabor (doce, salgado, amargo, ácido)
- aroma

Há, no mínimo, três elementos para estabelecer as qualidades sensoriais (também chamadas qualidades organolépticas):

- equilíbrio (harmonia dos componentes aromáticos e gustativos do produto)
- terroir (a capacidade do produto de expressar características organolépticas ligadas à região de origem)
- complexidade (a evolução organoléptica ao longo da degustação)

Um produto simples termina no nariz e na boca com as mesmas características organolépticas presentes no início. Um produto complexo, ao contrário, muda durante a degustação: as sensações evoluem e duram mais tempo.

A degustação é mais eficaz quando for comparada, isto é, não com uma única amostra de produto, mas procurando degustar o produto de diversos produtores.

Uma degustação comparativa nos permite entender as características básicas, as qualidades que dão a um determinado produto uma identidade precisa.

Quais os critérios de seleção de um produto?

1. Os produtos devem apresentar características qualitativas interessantes, podendo ser: espécies domésticas (variedades vegetais, raças animais autóctones); espécies selvagens (só se ligadas a éticas de colheita, processamento ou hábitos tradicionais); e alimentos processados.

O que são as espécies domésticas?

Para além das plantas e dos animais selvagens, existem plantas e raças selecionadas pelo homem. Com a domesticação, a natureza torna-se algo familiar, caseiro, controlado pelo homem (domus = casa). A domesticação não tem a ver apenas com uma semente ou a domesticação de um animal, significa também selecionar e, portanto, mudar progressivamente aquela semente e aquele animal, para que possa melhor ao se adaptar ao ambiente, garantindo uma melhor produção.

O que é uma variedade cultivada (ou cultivar)

Uma variedade (ou cultivar) é um conjunto de plantas cultivadas, distinguíveis claramente por suas características morfológicas, fisiológicas, químicas e qualitativas. A variedade é estável, conservando suas características também ao se reproduzir (através de sementes ou vegetativamente, como por estaca). Variedades **autóctones ou locais** são facilmente identificáveis e, geralmente, têm um nome local. São geralmente o resultado da seleção feita por agricultores ou comunidades e caracterizam-se por uma boa adaptação às condições ambientais de uma região. São, portanto, mais resistentes ao estresse, necessitando menos recursos externos, como água, fertilizantes, etc. Tem um forte vínculo com a cultura de uma comunidade (hábitos, receitas, conhecimento, dialetos).

ALGUNS EXEMPLOS...

Algumas variedades autóctones são: a maçã Carla (Itália), o feijão marrom da ilha de Öland (Suécia), a couve Lorient (França) e o nabo Akkajidaikon (Japão).



O que é uma população vegetal (ou ecótipo)?

O ecótipo é uma população pertencente a uma espécie (geralmente reproduzidos por semente) que se adaptou geneticamente a um território específico, geralmente de extensão limitada. Esta definição é semelhante à definição de variedade (ou cultivar) autóctone. A diferença é que o ecótipo não tem uma identidade genética precisa, estável e definida, e não faz parte de uma classificação ou registro oficial. Ainda assim, é muito importante para a proteção da biodiversidade cultivada. No futuro, se forem adequadamente estudados e bem selecionados, os ecótipos poderão entrar na classificação de uma cultivar.

UM EXEMPLO...

As diversas populações de maçã rosa dos Montes Sibillini, cultivadas na região Marche, (Itália).



O que é uma raça?

É possível definir a raça como um grupo de animais domésticos da mesma espécie, com características exteriores definidas e identificáveis (transmitidas aos descendentes por hereditariedade), que podem ser distinguidas e separadas das outras da mesma espécie segundo características visíveis (tamanho, cor da plumagem, forma da cabeça, dos membros, do chifre, do rabo, etc.). Uma raça deve ser registrada para que seja oficialmente definida como tal. O registro de uma raça acontece somente através do pedido de um grupo de produtores. Uma raça pode ser definida autóctone quando as suas características são ligadas a uma região específica, de vária dimensão, na qual se desenvolveu ou à qual se adaptou ao longo do tempo. São mais rústicas e, até em ambientes extremos, precisam de menores cuidados e menos alimentação. Na Arca do Gosto, é importante que uma raça seja ligada a um produto alimentar, como carne, leite ou uma carne curada.

ALGUNS EXEMPLOS...

Alguns exemplos de raça são o gado bovino Mirandaise, uma raça de gado de corte originária do departamento de Gers, na região Midi-Pyrénées, na França; a galinha branca de Saluzzo, na região do Piemonte, Itália; e a ovelha Villsau, da costa noroeste da Noruega, uma das raças ovinas mais antigas ainda existentes no norte da Europa.



As raças nascem em lugares específicos, mas em alguns casos – e isto acontece geralmente porque algumas de suas características são especialmente úteis – são exportadas para outras partes do mundo. Uma raça pode estar em risco de extinção na sua região de origem e ser ainda comum em outras partes do mundo, como a cabra de Toggenburg, originária do cantão suíço de São Galo, mas hoje presente em muitas outras regiões dos Alpes.

O que é uma população animal?

A população é um grupo de indivíduos da mesma espécie com características parecidas. Uma população pode ser mais ou menos homogênea. Como no caso da raça, o papel dos produtores é fundamental. Eles são capazes de reconhecer uma população por suas características visíveis (pelo ou plumagem, tamanho, forma do chifre ou rabo, etc.) e comportamento (produtividade, fertilidade, etc.). A população está para a raça como o ecótipo está para a variedade (ou cultivar), ou seja, é menos estável e não consta oficialmente no registro genealógico.

UM EXEMPLO...

População animal de galinhas Mushunu Molo (no Quênia) e de cabras de Roccaverano (na Itália).



Por que que as espécies selvagens também são reconhecidas?

A Arca reconhece os produtos ligados a saberes e culturas de uma comunidade. O Slow Food considera a biodiversidade não apenas material genético mas, acima de tudo, parte de uma cultura (território, saberes, técnicas tradicionais). Mas porque, então, os produtos selvagens também podem ser catalogados? Por estarem ligados a técnicas tradicionais de colheita, pesca, processamento e a culturas indígenas. Preservar os produtos selvagens significa defender os saberes transmitidos pelas próprias comunidades para preservar os ecossistemas onde crescem estes produtos (florestas, montanhas e lagos, por exemplo). No reino animal, os peixes representam a família de espécies selvagens mais numerosa. É também possível, portanto, propor uma variedade de peixe ligada a uma técnica de pesca tradicional ou um método de conservação (salga, secagem ou defumação).

ALGUNS EXEMPLOS...

Alguns produtos selvagens estão ligados a técnicas complexas, como o arroz Manoomin (EUA), colhido com canoas e depois secado e defumado. Ou o café selvagem de Harena (Etiópia), secado ao sol e torrado. Outros estão ligados a técnicas mais simples, como o *radic di mont* (Itália), colhido nas montanhas e conservado em azeite de oliva extravirgem. Produtos selvagens muitas vezes tem uso cosmético e medicinal, além do culinário.



O que são os produtos processados?

Os produtos processados são queijos, carnes curadas, pães, doces, bebidas, conservas, que foram criados **para conservar os alimentos** frescos. O número de produtos processados é infinito, resultado de conhecimentos transmitidos de uma geração para a outra em todos os cantos do mundo, com criatividade e habilidade. Pequenas diferenças podem dar vida a produtos muito diferentes. Como os milhares de tipos de queijos produzidos sempre a partir dos mesmos três ingredientes (leite, sal e coalho). Ou as carnes curadas, onde, às vezes, muda apenas a técnica de corte das carnes, uma especiaria ou a lenha usada para defumá-las. As técnicas tradicionais de processamento dos alimentos nos permitem obter produtos especiais que, mais que os ingredientes crus, contam a história da cultura local, tornando os produtores menos dependentes dos ciclos sazonais ou das flutuações de mercado. Muitas vezes é possível preservar as variedades vegetais e as raças locais valorizando e promovendo produtos processados associados a elas (um queijo ou uma carne curada podem salvar uma raça; um pão pode salvar uma variedade de trigo, etc.) Para o Slow Food, os produtos processados também são biodiversidade, como as raças ou as sementes de espécies selvagens e domesticadas.

2. Os produtos devem ter uma qualidade organoléptica especial, definida pelas tradições e usos locais.

Análises químicas ou físicas não são suficientes para avaliar a qualidade de um produto, e tampouco a degustação.

É preciso conhecer a **origem** do produto (Em que região nasceu? Montanha ou planície? Numa área urbana ou isolada? Em clima úmido ou árido? Numa área limitada ou mais ampla?). É fundamental fazer contato com a **comunidade** (Todos conhecem o produto ou somente um número limitado de pessoas? É considerado um produto de valor, destinado a festas e cerimônias, ou uma comida comum?). Devem ser avaliadas as **técnicas de processamento** (é um queijo de leite cru ou pasteurizado? De massa cozida, crua ou filada? É um queijo fresco ou curado?), bem como os métodos de **conservação** (É defumado? Envolvido na palha, etc.).

Depois, é claro, é feita a degustação, para avaliar os aspectos organolépticos. Um produto é interessante se for complexo, ou seja, se mudar na boca durante a degustação, oferecendo percepções que evoluem e perduram. A **degustação** pode identificar eventuais defeitos (notas de rancidez, acidez excessiva, etc.), identificar as características organolépticas mais importantes (aroma, sabor, consistência), se há equilíbrio e harmonia entre os diversos componentes de sabor e aroma, se o produto descreve bem a região e a tipologia. Por exemplo: o sabor amargo no queijo de cabra é um defeito, mas é uma característica típica de alguns queijos de vaca da região dos Alpes.

Finalmente, é fundamental considerar o paladar da comunidade de onde vem um produto. Um degustador africano pode ter dificuldade de entender e apreciar um produto europeu, e um degustador europeu pode ter dificuldade de decifrar e apreciar um produto asiático.

3. Os produtos podem ser ligados a um território e à memória, identidade e saberes locais tradicionais de uma comunidade.

O território é um elemento chave para a biodiversidade. Não basta que um produto seja local. É possível cultivar localmente variedades aprimoradas, híbridos desenvolvidos recentemente e produtos alheios à cultura local. Os produtos que nos interessam devem ter um forte vínculo com o território, não somente em termos de clima e ambiente, mas também do **ponto de vista histórico e cultural**.



O território é solo, ar, água e clima, mas também é idioma, dialeto, religião, artesanato, arquitetura e paisagem. Longe de seu território de origem, uma semente, uma planta, uma árvore ou uma raça animal torna-se simplesmente material genético.

As variedades vegetais comestíveis e as raças autóctones desenvolvem melhor o seu potencial na região na qual se aclimataram ao longo dos séculos, graças ao trabalho do homem. Por esta razão, são mais resistentes, necessitando menos insumos externos (fertilizantes e herbicidas, no caso de plantas; cuidados veterinários, água e alimentação, no caso de animais). São mais sustentáveis do ponto de vista ambiental e econômico. Se disserem que um produto é igual em qualquer lugar, que não há diferenças entre uma região e outra, entre montanha e planície (o que acontece com frequência) não desista, continue perguntando. Você encontrará as diferenças: devido a um determinado solo, ao uso de um tempero, de uma erva que se encontra somente num determinado vale. O desafio é tentar ligar um produto a um território mais ou menos amplo, mas com uma identidade precisa: uma ilha, uma região de montanha, o curso de um rio, um grupo de colinas... Se não for possível detectar uma diferença, nem sequer um mínimo detalhe, significa que o produto não é tão interessante.



Depois de quanto tempo um produto pode ser considerado tradicional?

Algumas organizações identificaram um número mínimo de anos depois do qual um produto pode ser considerado tradicional: pode ser 50, 30, ou mesmo 25 anos. O Slow Food considera que, na realidade, não basta um número X de anos para garantir que um produto seja tradicional. A maçã Golden Delicious, por exemplo, cresce no mundo inteiro (do Chile à Europa e Austrália) representando 80% da produção mundial de maçãs. Não é um produto tradicional, pois o vínculo com a comunidade local e com um território é secundário frente ao aspecto genético (isto é, a variedade, a mesma em todos os lugares é relativamente estável, apresentando sempre as mesmas características, independentemente da região onde é cultivada). Ainda assim, esta variedade tem 100 anos de história, tendo sido identificada no começo do século XX. A mesma situação aplica-se a um grande número de variedades comerciais de pêssigo, uva, ameixa, etc. ,

que têm, no mínimo, 50 ou 60 anos.

O Slow Food responde a esta pergunta, considerando a **memória coletiva** de uma comunidade. Para decidir se um produto pode ser considerado tradicional, é preciso responder à seguinte pergunta: “O produto pertence à cultura local? O conhecimento necessário para cultivá-lo, processá-lo e consumi-lo foi transmitido de uma geração à outra?” Isto pode ser descoberto em conversas com os produtores mais idosos da comunidade, perguntando se o produto já era cultivado ou processado por seus pais ou avós. Uma resposta não é suficiente. É preciso verificar se é uma memória compartilhada. Algumas sugestões: há traços do produto no artesanato local? Há ferramentas artesanais (de madeira, cobre, pedra, vime) para processar ou conservar um queijo especial? Ou para colher e secar alguma fruta? Existem cestos para guardar e almofarizes para moer um determinado cereal? Está presente no idioma, no dialeto, nas músicas populares? É vendido em feiras e mercados locais há algum tempo? O produto influenciou a arquitetura local? Há antigos moinhos ou pequenas fábricas de laticínios nas montanhas?” Além de perguntar para os idosos, é importante conversar com as mulheres, cozinheiros, jornalistas que escrevem sobre gastronomia, especialistas (agrônomos, veterinários, tecnólogos dos alimentos, etc.). É também importante pesquisar a literatura disponível: Existem livros de cozinha? Livros sobre festas e tradições locais? Catálogos de produtos? É fundamental fazer um controle cruzado, utilizando o maior número de fontes de informação possível.

É possível indicar o mesmo produto em diversos países?

Sim, depois de ter identificado as diferenças, ainda que mínimas.

Os produtos artesanais nunca são idênticos, pois há inúmeros fatores que podem influenciá-los: altitude, composição do solo, clima, saberes locais, criatividade pessoal, etc. Quando um produto existir em muitos países com o mesmo nome, é preciso investigar mais. A ricota, por exemplo, é produzida na Sicília, mas se pesquisarmos mais, descobriremos que pode ser feita com leite de vaca, de ovelha ou de cabra, ou de leite misto; pode ser fresca ou curada, assada, defumada, coalhada com ramos de figueira, etc. O cuscuz é produzido na região do Mediterrâneo, mas se investigarmos, descobriremos um universo de variações feitas com diversos cereais (trigo, painço, arroz, milho) e com outras matérias-primas (existe também um cuscuz feito com sementes de ninfeia). E o cuscuz de trigo pode ainda ser feito com diversas variedades de trigo locais, com grãos de diversos tamanhos, ou temperado com ervas secas, folhas ou raízes, etc.)

Quando não há uma distinção aparente, é porque as diferenças não foram estudadas e descritas, não porque não existam. Na Itália, na década de 60, o vinho era branco ou tinto. Hoje há todo um universo de vinhos diferentes, que mudam conforme a variedade da uva, o território, as técnicas de vinificação e a habilidade individual dos produtores. Promover a diversidade é fundamental para salvar os pequenos produtores. A uniformidade, a padronização e a superficialidade (que nos leva a dizer que o produto é igual em qualquer lugar) favorecem os grandes produtores, em detrimento da qualidade. O fato de um produto ser difundido em territórios muito diversos e muito amplos, muitas vezes com o mesmo nome, não significa que não esteja em risco em cada um dos territórios onde é preparado tradicionalmente.

ALGUNS EXEMPLOS...

Podemos receber a bordo da Arca o slatko de ameixa da Bósnia Herzegovina e o slatko de figo selvagem da Macedônia. Podemos indicar o freekeh de Jabal 'Amel, do Líbano, o freekeh de Jenin, na Palestina, ou o freekeh de Idleb, na Síria. Podemos ainda indicar o queijo feta (em sua versão artesanal) das diversas regiões da Grécia, Turquia e Macedônia. Obviamente, não vamos sugerir que o feta dinamarquês seja catalogado, embora o maior produtor do mundo de queijo feta esteja na Dinamarca.



4. Os produtos devem ser produzidos em quantidades limitadas.

Sobre o sentido de “quantidade limitada” ou de “pequena escala”, o debate está aberto e as definições unânimes são poucas. É um conceito relativo, que depende do contexto (uma ilha do mediterrâneo é bem diferente da Amazônia ou do deserto do Sahel, por exemplo) e do tipo de produção (cultivar cebola não é a mesma coisa que produzir açafão ou queijo curado nos Alpes), e é muito difícil apresentar números definidos ou fórmulas precisas. No caso da Arca do Gosto (mas também em outros projetos, como o das Fortalezas e dos Mercados da Terra), temos interesse em selecionar produtos que não podem ser produzidos em massa ou industrialmente. Na prática, “não somos capazes de calcular o que é certo, mas sabemos muito bem reconhecer o que é errado” (Schumacher, 1973).

Os produtos da Arca estão ligados a uma região específica e aos conhecimentos de uma comunidade, e são estes dois elementos que definem os limites. Não é possível aumentar a quantidade produzida além de um certo limite sem modificar fundamentalmente a natureza da produção. Se os volumes produzidos aumentarem muito ou muito rapidamente (o tempo também é uma variável importante), é preciso ampliar a extensão dos cultivos (aproximando-se cada vez mais do modelo de monocultura), multiplicar o número de animais criados, intensificar as formas de criação ou produzir a matéria-prima fora do território de produção (às vezes muito distante) e mecanizar muitas ou mesmo todas as fases da cadeia de produção, desistindo da característica artesanal, com o risco de não obter a mesma qualidade.

A Arca do Gosto é um catálogo de produtos, não de produtores. Não é necessário, portanto, ter dados exatos sobre as quantidades produzidas (ao contrário, os dados são fundamentais para criar uma Fortaleza), mas é importante ter, ao menos, uma noção da magnitude, para saber se é uma produção artesanal ou industrial. Para compreender melhor este conceito, leia “O negócio é ser pequeno”, publicado em 1973 pelo economista e filósofo Ernst Friedrich Schumacher.

5. Os produtos devem estar em risco de extinção.

O risco de um produto tradicional desaparecer totalmente pode ser **real**, isto é, iminente, quando os conhecimentos e as capacidades necessárias para produzi-lo pertencem só a um ou a poucos produtores, geralmente idosos. Não basta ter uma receita escrita ou uma explicação oral para produzir um queijo, uma carne curada ou um doce tradicional. Os métodos de processamento tradicionais são o trabalho de artesãos e para aprendê-los seria preciso trabalhar anos com eles. É preciso aprender as técnicas, adquirir uma sensibilidade indefinível mas necessária para conseguir manter constante a qualidade de um produto, mesmo quando as condições em que se dá a produção (temperatura, grau de umidade dos locais de processamento ou amadurecimento, época do ano em que se produz, estado de saúde dos animais, etc.) mudam. Apenas as produções em série, os produtos industriais, não permitem a interpretação individual, exigindo, ao contrário, processos codificados e o uso de tecnologia em grande parte das fases de produção. O risco de extinção também é real quando um produto é feito somente para consumo familiar, ou quando leis hiper-higienistas rapidamente declaram ilegais os ambientes de amadurecimento e de produção, os equipamentos e os materiais importantes para caracterizar um produto. No caso de uma raça em risco de extinção, o risco é real quando o número de animais ainda criados é baixo (poucas centenas, mil...). É difícil inverter um processo de erosão genética com números tão baixos, é preciso o compromisso de instituições, técnicos, fundos para apoiar os criadores e projetos de reprodução. O risco é **potencial** – ou seja, a médio ou longo prazo – quando a situação social (dos produtores ou consumidores) e ambiental (do ecossistema) é tal que é possível prever, para os anos seguintes, uma redução das quantidades produzidas e do número de produtores.

Os sinais de risco são diversos: mudança das tendências de consumo; um mercado que deixa de apreciar um determinado produto e paga pouco por ele, gradualmente reduzindo a sua rentabilidade. Despovoamento de uma região e emigração de pessoas capazes de produzir segundo a tradição, em busca de novos empregos; a perda da transmissão entre as gerações; a modificação ou o desaparecimento de ecossistemas e paisagens rurais; a falta de apoio de políticas agrícolas internacionais, e a falta de atenção por parte das instituições. A ameaça iminente de produções industriais semelhantes às



tradicionais, que confundem os consumidores orientando-os para versões homogêneas e padronizadas, pode tirar produtos tradicionais rapidamente do mercado, tornando-os mais frágeis, mais vulneráveis, com menos apoio da propaganda e marketing.

É possível indicar um alimento produzido apenas para consumo familiar?

Sim. Um produto que sobrevive apenas nas tradições de família, mas que não está presente no mercado, mesmo que produzido em abundância, representa um sistema extremamente frágil, correndo o risco de desaparecer no espaço de uma geração.

Na região dos Bálcãs, por exemplo, e em muitos países da ex-União Soviética, não existiam pequenas empresas privadas, somente grandes cooperativas públicas. Nestes países, os produtos artesanais sobreviveram apenas nas famílias, e hoje, pouco a pouco, alguns estão reaparecendo no mercado.

Há duas situações diferentes: às vezes, um produto é feito exclusivamente pelas famílias para consumo próprio, e não é vendido. Outras vezes, o produto está presente também no mercado, mas numa versão não autêntica, com uma receita padronizada ou com matérias-primas diferentes. Em ambos os casos, é importante que se indique para a Arca o produto transmitido nas famílias, antes que seja tarde demais. Não é preciso verificar se a produção identificada tem os requisitos comerciais ou sanitários necessários. O produto poderá embarcar na Arca de qualquer forma.

A interpretação e a aplicação destes critérios deve sempre levar em conta as diversas situações locais, respeitando as diferenças geográficas, culturais, sociais, econômicas, políticas das comunidades.



Regras gerais

A indicação de um produto deve obedecer as seguintes regras:

O nome do produto incluído na Arca deve ser utilizado por todos os produtores, não sendo propriedade privada de um único produtor ou de uma empresa: não pode ser uma marca registrada.

Os produtos que embarcam na Arca do Gosto pertencem à comunidade, ao território onde nasceram e se desenvolveram, às gerações que os transmitiram e que os preservaram. Não são propriedade privada de uma empresa. Qualquer novo negócio ou qualquer jovem morando na região deve ter a opção de cultivar, criar, processar um produto da Arca. Portanto, a Arca do Gosto não inclui marcas comerciais registradas ou patenteadas por empresas privadas.

Por exemplo: A Nutella® não pode estar na Arca, mas um creme tradicional de chocolate e avelãs gianduja pode estar. A maçã Marlene® não pode ser incluída na Arca, ao contrário das centenas de variedades de maçãs que ainda sobrevivem no mundo. O Huguenot® (um queijo de leite de vaca criado por um produtor da África do Sul, cujo nome foi registrado) não pode ser parte do catálogo da Arca, mas o *caciocavallo* italiano, o *oscypek* da Polônia, o *pélardon* francês, ou outro queijo típico de uma determinada região e comunidade, podem embarcar na Arca.

Fica proibido o uso do nome, da logomarca e da marca Slow Food (e as demais variações) nos rótulos dos produtos da Arca. O uso da logomarca Slow Food® e do nome "Arca do Gosto" é regulado pelo Código de uso das logomarcas Slow Food – um anexo ao estatuto internacional do Slow Food.

A Arca seleciona um produto, não um produtor. A Arca não requer o conhecimento dos produtores, seu envolvimento ou o controle da sua cadeia de produção.

São descritos aspecto, cor e sabor do produto, não sendo necessário conhecer os detalhes de toda a produção. Um exemplo: uma variedade de maçã selecionada para a Arca poderá ser cultivada utilizando métodos de cultivo orgânicos ou convencionais. A tarefa da Arca termina com a ficha de indicação do produto, evidenciando que um produto determinado está em risco de extinção. É um sinal de alerta, um apelo para tomar providências no mundo inteiro.

É por isso que nos rótulos dos produtos da Arca não podem ser utilizados logotipos do Slow Food (o caracol) ou de outras organizações ou projetos (da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, das Fortalezas, etc). É possível utilizar outras ferramentas para divulgar o projeto da Arca – panfletos, publicações, artigos, websites, etc. – mas não com os rótulos de produtos.

Em muitos países, o Slow Food estabeleceu ligações com chefs que, além de participar e colaborar com as atividades do Slow Food, cozinham com produtos da Arca do Gosto, das Fortalezas ou cultivados ou produzidos por pequenos produtores locais.



O Slow Food convida os chefs a indicarem os nomes dos produtores em seus cardápios, para dar transparência e promover um projeto específico – a Aliança entre chefs e Fortalezas – e para criar uma verdadeira rede de restaurantes que lutam para preservar a biodiversidade (ver www.slowfoodfoundation.com/alliance). Quem fizer parte desta rede e utilizar os produtos das Fortalezas, poderá assinalá-los com o logotipo das Fortalezas Slow Food. A Aliança é um projeto recente, criado para valorizar as Fortalezas, mas que está se expandindo e envolvendo os produtores locais que produzem segundo a filosofia do bom, limpo e justo.

No caso dos chefs utilizando os produtos da Arca ou outros produtos locais, não é possível utilizar a logomarca do Slow Food (ou outras), pois o Slow Food não tem nenhum tipo de controle sobre os produtores individuais. É possível, contudo, sublinhar que alguns produtos presentes nos cardápios foram incluídos na Arca do Gosto, utilizando um asterisco ao lado dos produtos (ou publicando uma lista dos produtos da Arca numa página adicional ao cardápio), acrescentando a frase: “Estes produtos – ou os produtos indicados com (*) – fazem parte da Arca do Gosto do Slow Food.”

Neste caso, aconselhamos acrescentar também uma breve explicação do projeto:

“A Arca do Gosto é um catálogo de produtos que devem ser preservados e que pertencem à cultura, à história e às tradições gastronômicas das comunidades do mundo inteiro.”

Saiba mais: www.slowfoodfoundation.com/ark



Como indicar um produto

Qualquer um pode indicar um produto, ainda que não seja um especialista, não tenha uma formação específica, ou não seja membro do Slow Food. É possível indicar um produto da própria região ou de outras comunidades ou outros países. É possível indicar um produto preenchendo a ficha disponível no site da Fundação Slow Food para a Biodiversidade.

Qualquer um pode indicar um produto, ainda que não seja um especialista, não tenha uma formação específica, ou não seja membro do Slow Food. É possível indicar um produto da própria região ou de outras comunidades ou outros países. É possível indicar um produto preenchendo a ficha disponível no site da Fundação Slow Food para a Biodiversidade.

A indicação pode ser enviada à comissão nacional ou regional – nos países onde houver uma comissão regional – ou diretamente para a Fundação Slow Food para a Biodiversidade. No site da Fundação há uma lista dos países onde existe a comissão e as respectivas informações para contatar os grupos de trabalho locais.

Os dois organismos – a comissão local e a Fundação Slow Food para a Biodiversidade – verificarão se a indicação está de acordo com os critérios do projeto.

Se a avaliação for positiva, a indicação será encaminhada para o **Comitê Técnico Internacional da Arca do Gosto**. Se forem necessárias mais informações, a comissão local enviará um pedido à pessoa que fez a indicação.

O Comitê Técnico Internacional é composto de pessoas de diversos países com capacidade técnica de avaliar os produtos e dar a aprovação final para a inclusão na Arca. Este organismo pode, por sua vez, pedir maiores informações sobre os produtos indicados à comissão local.

o não houver uma comissão local, é a própria Fundação Slow Food para a Biodiversidade que apresenta a ficha ao comitê técnico para avaliação.

Após a aprovação, o passo seguinte é a inclusão de uma breve descrição do produto no **catálogo online**, na seção Arca do Gosto.

Ficha de Candidatura

Nome do Produto

Indique o nome pelo qual se conhece o produto no território de origem*.

No caso em que o produto seja conhecido em uma língua local ou dialeto, acrescente também a sua tradução na língua nacional.

Categorias*

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Cacau | <input type="checkbox"/> Leguminosas |
| <input type="checkbox"/> Café | <input type="checkbox"/> Massas |
| <input type="checkbox"/> Carnes curadas e produtos à base de carnes | <input type="checkbox"/> Mel e outros produtos das colmeias |
| <input type="checkbox"/> Cereais e farinhas | <input type="checkbox"/> Mostos e bebidas fermentadas (cidra, hidromel...) |
| <input type="checkbox"/> Chá | <input type="checkbox"/> Óleos |
| <input type="checkbox"/> Conservas de peixe (ovas de peixe, em azeite ou salgadas...) | <input type="checkbox"/> Pães e produtos salgados de forno |
| <input type="checkbox"/> Conservas vegetais (geleias, molhos, sucos...) | <input type="checkbox"/> Peixe |
| <input type="checkbox"/> Destilados | <input type="checkbox"/> Queijos e produtos lácteos |
| <input type="checkbox"/> Doces e biscoitos | <input type="checkbox"/> Raças animais |
| <input type="checkbox"/> Ervas aromáticas e especiarias | <input type="checkbox"/> Sal |
| <input type="checkbox"/> Frutas frescas e secas | <input type="checkbox"/> Variedades de uvas |
| <input type="checkbox"/> Hortaliças | <input type="checkbox"/> Vinagre |
| <input type="checkbox"/> Insetos | <input type="checkbox"/> Vinho |
| | <input type="checkbox"/> Outros |

País*

Descrição do produto*

Se é um **vegetal**, descreva a sua forma, o peso, a cor, o sabor etc., Indique quando e como se colhe. Não se limite a indicar a espécie (não é suficiente dizer que é um tomate), especifique a variedade, se está associado ao território, se pode ser cultivado com sementes locais, se é utilizado em receitas especiais...

Se é uma **raça animal**, descreva as características do animal (dimensões, forma dos chifres, coloração de pelo ou pele etc.) e com qual finalidade é criado. Indique também os produtos derivados (carne, embutidos, queijos etc.).

Se é um **produto processado** (pão, queijo, embutido...) descreva como é produzido, descreva os passos de elaboração, se os ingredientes são produzidos localmente, se está associado a uma variedade específica (por exemplo, se é um tipo de pão, explique se é preparado com uma variedade de trigo ou centeio especial) ou a raças autóctones (se é um queijo ou um embutido, se é preparado com carne ou leite de raças autóctones).

Se é um **queijo**, não esqueça de indicar se é de leite cru.

Se conhecer, indique e descreva **receitas tradicionais** associadas ao produto.

História do produto

Você conhece a história deste alimento? Era ou ainda é preparado em dias de festa? É citado em provérbios ou é parte integrante de tradições locais?)

Área histórica de produção*

Indique a área geográfica na qual ainda existe o produto (exemplo: nome de vilarejos, municípios, vales...)

Qual é a quantidade aproximada produzida?

O produto ainda é encontrado no mercado?

Ou é somente produzido para o consumo familiar?

Por que razão este produto ou esta raça corre risco de desaparecer?

Nome completo da pessoa que preencheu a ficha*

Tel.*: _____ E-mail _____

Conte quem você é, e porque gostaria de candidatar este produto

*A resposta às perguntas indicadas com asterisco é obrigatória para que seja aceita a candidatura do produto.

Você pode acrescentar documentos sobre o produto: os contatos dos produtores, os cozinheiros, os transformadores que você conhece, textos, artigos, imagens, sites, DVD, etc.

Esta é a ficha de candidatura que serve para avaliar a inclusão de um produto na Arca do Gosto. Para seguir avançando ou iniciar outros projetos (como as Fortalezas) é necessário coletar mais informações através de visitas a produtores e questionários específicos.

Como divulgar a Arca do Gosto

Para acompanhar o desenvolvimento do projeto, estão disponíveis diversas ferramentas de comunicação, em vários idiomas.

www.slowfoodfoundation.org/ark

O site da Fundação Slow Food para a Biodiversidade contém uma apresentação completa do projeto, o catálogo online dos produtos aprovados – com a possibilidade de buscas por país, tipo de produto e nome do produto – e um espaço para indicar novos produtos. As indicações recebidas, independentemente do idioma, são publicadas na



seção: “Indicações do mundo”, que reúne os nomes e os comentários de quem contribui com o projeto. Nesta seção, os visitantes pesquisam as indicações. Há uma página de perguntas frequentes para orientar os visitantes e para esclarecer as eventuais dúvidas, contribuindo para o desenvolvimento do projeto.

Na home-page do site da Fundação são publicadas notícias sobre o projeto (novos países envolvidos, depoimentos, entrevistas com os cozinheiros, etc.). Por isso, é importante receber informações das diversas regiões sobre eventos (por exemplo, a indicação de uma exposição de produtos da Arca durante um festival, encontros ou palestras dedicadas ao projeto), iniciativas e depoimentos interessantes, pois enriquecem a seção das notícias, podendo servir de inspiração para que outras associações organizem eventos parecidos.

facebook.com/arkoftaste

Foi criada uma página Facebook da Arca, atualizada diariamente, com notícias, depoimentos, vídeos em italiano e em inglês. O perfil conta com as contribuições da rede, por isso é muito importante publicar e compartilhar histórias entre os contatos e amigos com a maior frequência possível.

twitter.com/arkoftaste

Também foi criado um perfil no Twitter, com atualizações diárias. É muito importante fazer contatos e ganhar seguidores, e também enviar atualizações e informações capazes de despertar interesse que possa multiplicar o alcance da rede do projeto.

Newsletter internacional do Slow Food e Terra Madre

A newsletter internacional do Slow Food e Terra Madre é enviada periodicamente em oito idiomas, a 90.000 destinatários no mundo inteiro, com uma seção sobre a Arca do Gosto, comunicando conteúdos diversos (atualizações sobre os diversos países, novos produtos, galerias fotográficas, perguntas, etc.).

Galeria fotográfica e depoimentos em vídeo

As fotos enviadas por quem indica um produto e as do Arquivo Slow Food são publicadas no Facebook e na seção multimídia do www.slowfood.com. Os vídeos também são importantes: quem souber editar vídeos está convidado a fazer entrevistas com guardiães da biodiversidade. Os vídeos podem ser enviados junto com a documentação de indicação e podem ser anexados à ficha online, ou podem ser armazenados nos Celeiros da Memória, uma coletânea de vídeos de depoimentos dos guardiães das tradições, culturas e biodiversidade local gravados no mundo inteiro pela Universidade de Ciências Gastronômicas.

Qual a diferença entre a Arca do Gosto e as Fortalezas?

A Arca do Gosto é um catálogo de **produtos** (os produtores não são necessariamente mencionados na indicação), a característica fundamental do projeto da Fortaleza, ao contrário, é o relacionamento com os **produtores** e o desenvolvimento de iniciativas concretas que os apoiem. Criar uma Fortaleza significa fazer contato com os produtores; conhecê-los; pedir que expliquem como trabalham e quais as suas dificuldades; visitar os locais de produção; entender o contexto social, cultural e econômico; analisar o mercado; e envolver a comunidade no planejamento de iniciativas promocionais.

O objetivo das Fortalezas Slow Food é um trabalho direto para preservar um produto tradicional em risco de extinção (um produto da Arca), representando, portanto, a fase sucessiva à catalogação na Arca. Obviamente, não é possível criar tantas Fortalezas quantos são os produtos da Arca. Esperamos que muitas outras organizações e instituições se mobilizem para preservar estes produtos.



O projeto foi financiado pela União Europeia

O conteúdo desta publicação é de única e exclusiva responsabilidade do autor; a Comissão Europeia não é responsável pelo uso que possa ser feito das informações nela contidas.



www.slowfoodfoundation.com
www.slowfood.com