

## **POR QUE (NÃO) COMEMOS OSTRAS? UM ESTUDO SOBRE O CONSUMO DE *Crassostrea gigas* EM FLORIANÓPOLIS**

Autora: Mariana Machado

Orientadora: Marinês da Conceição Walkowski

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo compreender a percepção do consumidor final em relação ao consumo de ostras cultivadas em Florianópolis, buscando identificar os fatores que influenciam sua valorização ou negligência no mercado local. A escolha do tema está alinhada com a crescente necessidade de fortalecer os vínculos entre a gastronomia, o território e os produtores locais, promovendo práticas alimentares mais conscientes e sustentáveis. A ostra é um produto relevante tanto para a economia quanto para a identidade cultural da região, sendo a maricultura uma atividade tradicional desenvolvida por pequenos produtores. Parte-se da hipótese de que, apesar da qualidade e do frescor do molusco cultivado na região, o consumo de ostras ainda é pouco expressivo entre moradores e visitantes. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa com apoio em dados descritivos, por meio da aplicação de um questionário on-line com consumidores da Grande Florianópolis e turistas da região, buscando mapear hábitos de consumo e fatores que contribuem para a escolha ou rejeição do produto local. Os resultados preliminares indicam que o desconhecimento sobre a produção regional, o preço percebido e o acesso ao produto são variáveis que afetam diretamente sua valorização. Conclui-se que há potencial para ampliar o consumo de ostras de cultivo, desde que sejam implementadas estratégias de comunicação e educação alimentar que aproximem o consumidor do produtor e reforcem a importância da valorização dos alimentos da região.

Palavras-chave: gastronomia local; consumo consciente; ostras; Florianópolis; indicação geográfica.

### **ABSTRACT**

This study aims to understand final consumer perceptions regarding the consumption of oysters cultivated in Florianópolis, seeking to identify the factors that influence their appreciation or disregard in the local market. The choice of topic aligns with the growing need to strengthen the ties between gastronomy, territory, and local producers, promoting more conscious and sustainable food practices. Oysters are a product of significant relevance to both the economy and the cultural identity of the region, with mariculture being a traditional activity carried out by small-scale producers. The hypothesis is that, despite the quality and freshness of the mollusk cultivated in the region, oyster consumption is still not very significant among residents and visitors. The research adopts a qualitative approach supported by descriptive data, through the application of an online questionnaire with consumers from Greater Florianópolis and tourists visiting the region, aiming to map consumption habits and factors that contribute to either the preference for or rejection of the local product. Preliminary results indicate that lack of knowledge about regional production, perceived price, and accessibility are key variables that directly affect its appreciation. It is concluded that there is potential to increase the consumption of local oysters, provided that

communication and food education strategies are implemented to bridge the gap between consumers and producers, reinforcing the importance of valuing regional food products.

Keywords: local gastronomy; conscious consumption; oysters; Florianópolis; geographical indication.

## 1 INTRODUÇÃO

A relação entre alimentação e território tem se tornado um campo cada vez mais valorizado nos estudos gastronômicos contemporâneos, especialmente no que diz respeito ao consumo de produtos locais e à valorização dos saberes tradicionais. Em um cenário de globalização alimentar, onde a padronização e o consumo de alimentos industrializados ganham espaço, cresce também o movimento de retorno às origens, com foco em ingredientes que representam a cultura e a identidade de uma região. Como afirma Montanari (2008), “a comida é uma linguagem através da qual uma comunidade se reconhece e se identifica”, revelando o papel central dos alimentos na construção das identidades culturais.

No caso de Santa Catarina, esse vínculo entre território e alimento se expressa na maricultura. Segundo dados da Epagri (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina), o estado de Santa Catarina é responsável por mais de 98% da produção de ostras do Brasil, sendo Florianópolis o principal polo dessa atividade, com destaque para os bairros do Ribeirão da Ilha, Santo Antônio de Lisboa e Sambaqui. Em 2022, a produção de ostras no estado ultrapassou 20 mil toneladas, movimentando a economia local e consolidando a maricultura como uma das principais atividades costeiras da região (EPAGRI, 2023). Apesar dessa expressiva produção, levanta-se a hipótese de que o produto ainda não é plenamente valorizado e consumido no próprio território, especialmente entre os moradores de Florianópolis. Esse cenário levanta questões sobre o grau de conhecimento e valorização do produto regional, bem como sobre os fatores que influenciam os hábitos de consumo.

Nesse contexto, é relevante refletir sobre como o fortalecimento da produção local e a conscientização do consumidor podem contribuir para a promoção das ostras como um produto acessível, sustentável e representativo da identidade catarinense. Como destaca Petrini (2010), valorizar o produto significa também valorizar quem o produz e o território de onde ele vem, reforçando a importância de integrar o alimento ao seu contexto sociocultural e ambiental.

A partir disso, questiona-se: como o consumidor final de Florianópolis percebe a ostra *Crassostrea gigas* e qual o potencial da indicação geográfica para sua valorização e ampliação do consumo? A partir dessa pergunta de partida, este trabalho propõe analisar a percepção dos

consumidores de Florianópolis em relação às ostras de cultivo, investigando os aspectos culturais, econômicos e sociais que envolvem o consumo do molusco na ilha, propondo caminhos para uma gastronomia mais consciente, conectada ao território e aos seus produtores. A pesquisa, com ênfase na pesquisa-ação de abordagem qualitativa com apoio em dados descritivos, foi conduzida por meio da aplicação de questionário, com objetivo de captar percepções, hábitos e barreiras relacionadas ao consumo das ostras.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 A gastronomia como expressão territorial e cultural: o caso de Florianópolis

A gastronomia, mais do que a arte de preparar alimentos, é uma forma de expressão social, simbólica e cultural profundamente enraizada no território. Ela revela modos de vida, práticas tradicionais, relações com a natureza e saberes que atravessam gerações. Claude Lévi-Strauss (2004), ao analisar a transformação do cru em cozido, destacou como o ato de cozinhar inaugura uma nova era para a humanidade, em que a alimentação deixa de ser um instinto biológico e passa a ser mediada por valores sociais, culturais e simbólicos. A comida, portanto, é linguagem, identidade e memória — e a comensalidade, o ato de comer em grupo, é o espaço onde essas dimensões se articulam.

Nesse contexto, a gastronomia pode ser entendida como um elemento fundamental da cultura alimentar de um povo, influenciada pelas condições naturais, pelas relações históricas com o território e pelas práticas cotidianas de cultivo, coleta, preparo e partilha de alimentos. Em Florianópolis, essa cultura alimentar é marcada por uma forte relação com o mar e por influências indígenas, açorianas e africanas, evidentes no uso de ingredientes frescos, valorização da sazonalidade e da pesca artesanal.

A ilha de Santa Catarina preserva uma tradição culinária que se expressa não apenas nos pratos típicos, mas na forma como esses alimentos são produzidos, preparados e consumidos. A maricultura, especialmente a produção de ostras, é um exemplo claro dessa interdependência entre natureza, cultura e economia. Introduzida de forma mais intensiva a partir da década de 1980, essa atividade encontrou nas enseadas da região condições ideais para o cultivo da espécie de ostras *Crassostrea gigas*, graças às águas limpas, ricas em nutrientes e protegidas, características que conferem às ostras produzidas em Florianópolis qualidade reconhecida nacionalmente (NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL, 2018).

O bairro Ribeirão da Ilha é um dos símbolos dessa identidade marisqueira. Com suas casas coloridas voltadas para o mar e suas raízes açorianas preservadas, o local consolidou-se como referência na maricultura e no turismo gastronômico. Segundo Mondo e Borges (2014),

o Ribeirão da Ilha responde por cerca de 80% da produção de ostras do município, sendo peça-chave na consolidação da chamada “via gastronômica”, composta por restaurantes especializados e experiências turísticas centradas no molusco. Em estudo mais recente, Savi Mondo e Borges (2022) reforçam que o desenvolvimento da maricultura no bairro impulsionou uma economia voltada ao turismo gastronômico, promovendo geração de renda, valorização cultural e o fortalecimento do sentimento de pertencimento comunitário.

Essa relação entre produto, território e experiência é central para compreender a valorização gastronômica das ostras. Não se trata apenas de um alimento consumido por seu valor nutricional ou pelo status que carrega em certos contextos, mas de um produto carregado de significado, que conecta o consumidor à história, ao meio ambiente e ao modo de vida local. Como apontam Kray et al. (2021), os alimentos tradicionais desempenham papel fundamental na preservação cultural e na construção de experiências turísticas autênticas, contribuindo para o fortalecimento das identidades regionais.

Florianópolis, portanto, é um território onde a gastronomia não é apenas reflexo da cultura, mas também instrumento de preservação e reinvenção identitária. A valorização das ostras como produto típico local ultrapassa a dimensão econômica: fortalece laços comunitários, promove a sustentabilidade e transforma a experiência gastronômica em um ato de reconhecimento e celebração do lugar. Conforme Triches (2010), a alimentação cotidiana é também uma forma de expressão cultural coletiva, e, portanto, a ostra só se consolidará como símbolo local se for integrada nas práticas de consumo comunitário (feiras, festivais, escolas), o que reforça a importância de políticas públicas que tornem alimentos locais acessíveis e reconhecidos socialmente (Teixeira e Sarti, 2020).

### 2.1.1 Características das ostras de cultivo da espécie *Crassostrea gigas*

As ostras cultivadas em Florianópolis pertencem majoritariamente à espécie *Crassostrea gigas*, também conhecida como ostra-do-pacífico. Originária da Ásia, essa espécie foi introduzida no Brasil na década de 1970, chegando em Florianópolis em 1987, inicialmente em programas experimentais de cultivo marinho coordenados por instituições como a UFSC e a EPAGRI. Sua chegada a Santa Catarina se deu justamente em virtude das condições favoráveis do litoral, como a qualidade da água, as temperaturas amenas e a existência de enseadas protegidas — especialmente na região da Grande Florianópolis, que hoje concentra a maior parte da produção nacional (EPAGRI, 2023).

A *Crassostrea gigas* é reconhecida por seu crescimento rápido, resistência a variações ambientais e elevada qualidade sensorial, o que a torna uma das espécies mais cultivadas no

mundo. Além do valor gastronômico, as ostras representam uma importante fonte de nutrientes, sendo ricas em proteínas de alto valor biológico, zinco, ferro, selênio e vitaminas do complexo B — especialmente a B12. Seu consumo está associado a benefícios como o fortalecimento do sistema imunológico, melhora da saúde cardiovascular e auxílio na prevenção de anemias (Francisco et al., 2021).

Do ponto de vista ambiental, as ostras também exercem um papel ecológico relevante: como organismos filtradores, elas contribuem para a melhoria da qualidade da água, equilibrando ecossistemas marinhos e promovendo a biodiversidade local. Por sua dupla importância — nutricional e ecológica — (Alves, R. R. N. & Rosa, I. L., 2006), o cultivo de ostras se consolida como uma atividade estratégica para o desenvolvimento sustentável das zonas costeiras brasileiras.

## **2.2 Alimentação, sustentabilidade e consumo consciente**

A sustentabilidade, segundo o Instituto Ethos (2023), é a capacidade de um sistema — social, ambiental e econômico — de se manter ao longo do tempo, garantindo o bem-estar das gerações atuais sem comprometer a possibilidade das futuras gerações de suprirem suas próprias necessidades. No campo da alimentação, esse conceito está diretamente ligado à forma como os alimentos são produzidos, distribuídos e consumidos, considerando seus impactos sociais, ambientais e culturais. De acordo com o relatório Estado do Mundo 2023, publicado pelo Worldwatch Institute, um sistema alimentar sustentável é aquele que promove segurança alimentar e nutricional, protege os ecossistemas, valoriza o trabalho de pequenos produtores e contribui para a saúde das populações (WORLDWATCH INSTITUTE, 2023).

Atualmente, esse conceito está fortemente atrelado à Agenda 2030 das Nações Unidas, que estabeleceu 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), entre os quais se destacam o ODS 2 (Fome zero e agricultura sustentável), o ODS 12 (Consumo e produção responsáveis) e o ODS 14 (Vida na água). Esses objetivos propõem uma mudança estrutural nos sistemas alimentares, promovendo cadeias mais curtas, seguras e justas, valorizando o produtor local e incentivando práticas de produção que respeitem o meio ambiente.

Dentro desse contexto, surge o conceito de consumo consciente, que propõe uma relação crítica, ética e responsável com os produtos e serviços que consumimos. De acordo com o Instituto Akatu (2021), o consumo consciente considera os impactos sociais, ambientais e econômicos das escolhas de consumo, estimulando ações que contribuam para a construção de uma sociedade mais justa e sustentável. Para Costa et al. (2022), essa prática envolve não apenas o que se consome, mas como, de quem e com que frequência,

privilegiando produtos locais, de base agroecológica, produzidos de forma justa e ambientalmente equilibrada.

Em um cenário de crescentes crises ambientais, sanitárias e sociais associadas ao sistema alimentar globalizado, torna-se urgente repensar as formas de produção, distribuição e consumo de alimentos. O consumo consciente, nesse sentido, aparece como uma alternativa concreta aos modelos industriais de alimentação, ao propor escolhas alimentares que respeitam os ciclos naturais, fortalecem economias locais e preservam tradições culturais.

Segundo Silva e Maluf (2020), os sistemas alimentares sustentáveis se baseiam na valorização da agricultura familiar, da produção local e das práticas agroecológicas, contribuindo para a soberania e segurança alimentar. Nesse sentido, consumir produtos locais, sazonais e de base artesanal é uma estratégia que fortalece os elos entre produtores e consumidores, reduz a dependência de cadeias industriais e incentiva práticas alimentares mais saudáveis e ambientalmente equilibradas.

A valorização dos produtos do território está diretamente ligada ao reconhecimento do alimento como portador de identidade, história e pertencimento. Menezes (2016) argumenta que as culturas alimentares locais funcionam como ferramentas de sustentabilidade, pois promovem o resgate de práticas tradicionais que dialogam com o meio ambiente, respeitam a sazonalidade e mantêm a biodiversidade. Essa valorização passa, portanto, por uma mudança de percepção do consumidor, que deixa de buscar apenas conveniência ou status e passa a desejar alimentos com história, com origem e com sentido.

É nesse contexto que o movimento Slow Food ganha força como referência internacional. Fundado na Itália, em 1989, como uma reação ao avanço do fast food e da homogeneização alimentar, o movimento defende que os alimentos devem ser “bons, limpos e justos”: bons no sabor e no prazer que proporcionam, limpos no respeito ao meio ambiente, e justos na valorização do trabalho de quem produz (SLOW FOOD, 2024). O Slow Food atua globalmente, com comunidades locais conhecidas como *convivia*, que buscam promover a biodiversidade alimentar e proteger os saberes tradicionais ameaçados.

A aplicação desses princípios à realidade da maricultura em Florianópolis revela o potencial das ostras como alimento que segue essa ideia de sustentabilidade e consciência. Além disso, quando adquiridas diretamente do produtor ou consumidas em estabelecimentos que valorizam o produto artesanal, elas promovem a economia local e preservam o conhecimento das comunidades marisqueiras.

Dessa forma, o incentivo ao consumo consciente de ostras locais depende não só da valorização cultural e do fortalecimento da maricultura artesanal, mas também da educação

alimentar da população e da criação de canais curtos de comercialização que aproximem consumidor e produtor. O alimento, nesse cenário, deixa de ser apenas mercadoria e passa a ser símbolo de cuidado com o meio ambiente, com o território e com quem vive dele.

### **2.3 As indicações geográficas como ferramenta de valorização de produtos locais**

A valorização de produtos locais envolve reconhecer não apenas sua qualidade sensorial ou comercial, mas também o saber-fazer, o vínculo com o território e o capital cultural que cada alimento carrega. Nesse sentido, os selos de Indicação Geográfica (IG) surgem como importantes instrumentos de valorização econômica, social e simbólica, ao destacar produtos cuja reputação e características estão intrinsecamente ligadas à sua origem geográfica e às práticas tradicionais de produção.

As IGs são reconhecidas mundialmente como formas de proteção intelectual, consolidadas especialmente na Europa, onde alimentos como o queijo Roquefort, o vinho do Porto, o presunto de Parma e o Champagne são valorizados por meio da certificação de procedência. No Brasil, as IGs são regulamentadas pela Lei nº 9.279/1996 e geridas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que classifica essas certificações em duas modalidades: a indicação de procedência (IP), que reconhece a notoriedade de determinada região na produção de um bem ou serviço, e a denominação de origem (DO), que exige uma relação mais profunda entre as qualidades do produto e os fatores naturais e humanos da localidade (INPI, 2022).

Essas certificações atuam como ferramentas estratégicas de desenvolvimento territorial, promovendo produtos que sintetizam elementos ambientais, culturais e sociais específicos. Segundo Gonçalves et al. (2018), as IGs podem gerar benefícios como o aumento do valor agregado do produto, a diversificação da economia local, a preservação dos saberes tradicionais e o fortalecimento da identidade cultural. Além disso, representam uma alternativa de resistência à homogeneização imposta pelos mercados globalizados.

No contexto da maricultura em Florianópolis, a implementação de uma IG para as ostras cultivadas nas enseadas da região representa uma oportunidade concreta de promover o reconhecimento nacional e internacional do produto, fortalecer o vínculo com o território e criar vantagens competitivas sustentáveis. Estudos como o de Corrêa et al. (2023) e Berté (2018) apontam que a construção de uma identidade territorial para as ostras catarinenses pode contribuir significativamente para o turismo gastronômico, a proteção do meio ambiente e o empoderamento das comunidades produtoras; além de certificar a origem, reafirma laços

culturais com o território, o que a pesquisa identificou como fator que aumentaria a confiança e o interesse no consumo de ostras.

Apesar de ainda não existir uma IG formalmente concedida para as ostras de Santa Catarina, a região já apresenta elementos fundamentais para essa certificação: reconhecimento da qualidade, identidade cultural, práticas produtivas específicas e vínculo com o território. O nome previsto para o selo é “Ostras de Floripa”, e sua formalização poderia também contribuir para enfrentar desafios como a desconfiança sanitária por parte dos consumidores, por meio do fortalecimento de sistemas de rastreabilidade, controle de origem e transparência nas condições de cultivo.

#### **2.4 Desafios e estratégias para o incentivo ao consumo da ostra *Crassostrea gigas***

Apesar da reconhecida qualidade das ostras cultivadas em Florianópolis, seu consumo ainda permanece restrito a determinados segmentos da população. Diversos fatores contribuem para essa realidade, entre eles o desconhecimento, o preconceito, o receio quanto às condições sanitárias e a percepção de que se trata de um alimento elitizado ou reservado a ocasiões especiais (Berté, 2018; Corrêa et al., 2023). Esses obstáculos revelam como as escolhas alimentares são também atravessadas por questões simbólicas, econômicas e sociais.

Um dos principais entraves ao consumo de ostras é o medo relacionado à sua segurança sanitária. Sendo moluscos filtradores, as ostras acumulam microrganismos presentes na água, o que as torna sensíveis à poluição e à presença de patógenos. Casos anteriores de contaminação, como os já registrados na região, contribuíram para gerar desconfiança entre consumidores. Estudos como o de Silva (2009) apontam que a qualidade da água utilizada na maricultura do Ribeirão da Ilha é diretamente influenciada pelas condições ambientais e pelo saneamento básico local, sendo essencial o monitoramento constante e transparente por parte dos órgãos de saúde pública.

Esse receio é agravado pela falta de informação acessível sobre os cuidados que envolvem o cultivo e o beneficiamento das ostras. Muitas vezes, a população não tem clareza sobre os processos de depuração, fiscalização e rastreabilidade adotados pelos produtores, o que compromete a confiança e reduz a intenção de compra, mesmo em contextos urbanos próximos ao local de produção. Froelich (2022) reforça a importância desses aspectos ao demonstrar que variáveis como o preparo e a forma de apresentação do produto influenciam diretamente na aceitação sensorial das ostras, o que reforça a necessidade de ampliar o acesso à informação e às experiências com o alimento.

Além das questões sanitárias, o consumo de ostras está historicamente associado a uma imagem de sofisticação e luxo (Berté, 2018). O fato de serem frequentemente servidas em restaurantes caros reforça a percepção de que são produtos inacessíveis para a maioria da população. Essa elitização não apenas limita o alcance do consumo, como também invisibiliza as comunidades que vivem da maricultura artesanal — muitas vezes situadas em territórios periféricos e com baixa visibilidade midiática.

Dessa forma, observa-se que os desafios relacionados ao consumo da *Crassostrea gigas* em Florianópolis não se limita a fatores objetivos como preço e acesso, mas envolvem também aspectos simbólicos, culturais e estruturais. A literatura aponta que a valorização desse alimento exige o enfrentamento de barreiras ligadas à percepção do produto, à falta de informação e à desconexão entre o consumidor e o produtor. Compreender essas dinâmicas é essencial para a formulação de estratégias eficazes que fortaleçam a maricultura artesanal e ampliem o reconhecimento das ostras como parte do patrimônio alimentar da região.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho tem como objetivo compreender a percepção dos consumidores finais em relação ao consumo de ostras da espécie *Crassostrea gigas*, produzidas em Florianópolis, buscando identificar os fatores que influenciam sua valorização ou negligência no mercado local. Parte-se da hipótese de que o distanciamento simbólico e prático entre produtor e consumidor, aliado ao desconhecimento sobre a cadeia produtiva, impacta diretamente o consumo cotidiano desse alimento.

Diante desse cenário, adotou-se uma abordagem metodológica qualitativa com apoio em dados descritivos e ênfase na pesquisa-ação, apoiada em procedimentos de pesquisa de campo, documental e bibliográfica. Como estratégia de análise dos dados coletados, foi utilizada a análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011), que permite interpretar os significados expressos nas respostas dos participantes, considerando os contextos socioculturais envolvidos.

A formulação da hipótese decorre da observação de uma contradição aparente: embora Santa Catarina seja o maior produtor de ostras do país, o consumo do molusco ainda é limitado no próprio território, especialmente entre os moradores de Florianópolis. Essa constatação, sustentada pela literatura e reforçada pela experiência empírica, motivou a realização da presente pesquisa, que partiu da seguinte pergunta: como o consumidor final de Florianópolis percebe a ostra de cultivo *Crassostrea gigas* e de que forma a indicação geográfica pode contribuir para sua valorização e aumento do consumo? A hipótese

estabelecida — de que o distanciamento simbólico e prático entre produtor e consumidor, aliado ao desconhecimento sobre a cadeia produtiva, impacta diretamente o consumo cotidiano de ostras locais — é considerada testável e refutável, uma vez que pode ser validada (ou não) a partir da análise das respostas obtidas por meio do questionário aplicado junto aos consumidores finais da região.

### **3.1 Método**

A natureza da pesquisa é aplicada, pois parte da identificação — tanto na literatura quanto na pesquisa de campo — de um problema concreto: o baixo consumo de ostras da espécie *Crassostrea gigas* em Florianópolis, apesar da expressiva produção local. A abordagem qualitativa permite compreender percepções, hábitos e sentidos atribuídos ao produto pelos participantes, mais do que mensurar estatisticamente o fenômeno.

O estudo se caracteriza como exploratório e descritivo, ao investigar um tema ainda pouco aprofundado no contexto regional — a relação entre consumidores e produtos da maricultura artesanal em Florianópolis — e buscar descrever comportamentos, motivações e barreiras percebidas no consumo da *Crassostrea gigas*, ostra de cultivo.

### **3.2 Modalidades da pesquisa**

A pesquisa-ação foi adotada como modalidade principal por possibilitar uma aproximação crítica e reflexiva com a realidade estudada, alinhando-se à proposta de transformação social por meio da investigação. Conforme aponta Thiollent (2007), essa abordagem permite não apenas a observação de fenômenos, mas também a proposição de caminhos que possam impactar positivamente a realidade pesquisada. Nesse sentido, o estudo buscou ir além da análise do consumo de ostras locais, propondo estratégias para fortalecer a cultura alimentar regional e aproximar produtores, território e consumidores.

Complementarmente, a pesquisa também se valeu de outras abordagens metodológicas. A pesquisa bibliográfica ofereceu a base teórica necessária, reunindo autores que discutem temas como consumo consciente, identidade territorial, soberania alimentar e valorização de produtos locais. A pesquisa documental contribuiu com dados oficiais e institucionais sobre a maricultura em Florianópolis, enriquecendo a compreensão do contexto produtivo. Por fim, a pesquisa de campo foi conduzida por meio da aplicação de um questionário on-line, direcionado a moradores e turistas da cidade, com o objetivo de mapear hábitos de consumo, percepções e conhecimentos sobre as ostras produzidas localmente.

### **3.3 Instrumentos de pesquisa**

O principal instrumento de coleta de dados foi o questionário on-line, elaborado no Google Forms e amplamente divulgado em redes sociais e grupos locais. Composto por perguntas fechadas e duas perguntas abertas, o questionário foi estruturado em blocos temáticos que abordam o perfil dos participantes, frequência de consumo, conhecimento sobre a origem das ostras, percepção de valor, acesso ao produto e possíveis barreiras. De acordo com Lakatos e Marconi (2010), esse tipo de instrumento é eficaz por permitir a obtenção de informações diretamente da fonte, de forma prática e acessível.

Os dados obtidos foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011), que prevê três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. A pergunta aberta ao final do formulário teve papel fundamental na etapa qualitativa da pesquisa, permitindo captar comentários espontâneos, percepções subjetivas e complementar a leitura dos dados descritivos captados nas perguntas fechadas. As respostas abertas foram sistematizadas e analisadas com base em categorias temáticas, respeitando os critérios de seleção, codificação e interpretação definidos durante o processo analítico.

Embora o termo “ostra” tenha sido utilizado de forma genérica ao longo do questionário, considera-se que as respostas obtidas se referem, na prática, à espécie *Crassostrea gigas*, por ser a principal ostra cultivada, comercializada e consumida na região de Florianópolis. Essa inferência é respaldada pelo fato de que a maricultura local se baseia majoritariamente no cultivo dessa espécie, conforme apontam dados da EPAGRI (2023).

## **4 APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS**

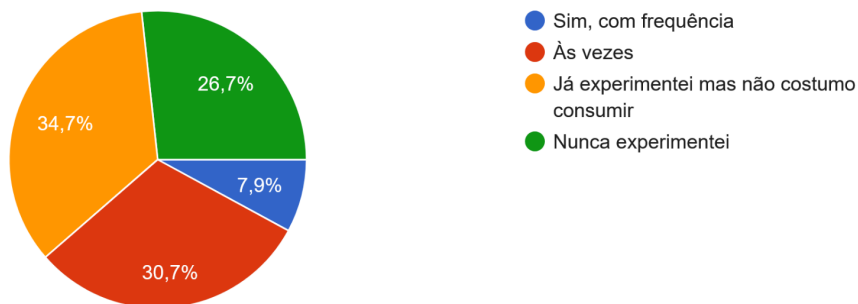
### **4.1 Caracterização dos participantes**

O estudo contou com a participação de 101 respondentes válidos, tratando-se de pessoas físicas (consumidores finais), entre eles, 80,2% moradores de Florianópolis e 19,8% turistas, o que permite um olhar comparativo entre a percepção dos habitantes locais e daqueles que visitam a cidade, ambos relevantes para o turismo gastronômico e a valorização de produtos regionais. Destes, 45,5% têm entre 19 e 29 anos, 29,7% entre 30 e 39, 15,8% entre 40 e 59, 5% até 18 anos e 4% 60 ou mais. Sobre o estado de origem, a maior parte é do Rio Grande do Sul (35,4%), seguida por Santa Catarina (24,2%), São Paulo (15,2%), Paraná (5,1%) e outros estados em proporções menores. Dessa forma, o perfil dos respondentes indica um público predominantemente jovem, local, mas com expressiva presença de visitantes e pessoas de outros estados.

## 4.2 Hábitos de consumo de ostras

Os dados coletados mostraram respostas diversas em relação ao consumo de ostras, pois, dentre os 101 respondentes, 35 (34,7%) afirmaram já ter experimentado mas não costumam consumir, 31 (30,7%) consomem às vezes, 27 (26,7%) nunca experimentaram e 8 (7,9%) consomem com frequência.

**Figura 1** - Hábitos de Consumo: Você consome ostras?



Fonte: Elaborado pela autora com dados do Google Forms (2025).

Apesar da importância da ostra para Florianópolis, ela ainda está pouco presente na alimentação cotidiana. Conforme Kray et al. (2021), produtos tradicionais são mais valorizados em contextos turísticos do que na rotina local, refletido no fato de que 59,7% dos participantes responderam que consomem ostras principalmente em restaurantes, seguidos por feiras e eventos. Esse cenário confirma a necessidade de aproximar o produto da vida diária.

O consumo em restaurantes reforça a imagem de elitização, enquanto relatos de consumo familiar indicam repertórios culturais afetivos restritos. Segundo Menezes (2016), práticas alimentares tradicionais sustentam vínculos de identidade territorial. Essas experiências, como o relato do participante que experimentou ostra pela primeira vez colhida nas pedras por familiares (provavelmente *Crassostrea brasiliiana*, “ostra da pedra”), são consideradas “comida com história” (Slow Food, 2024). Valorizar essas vivências pode ampliar o alcance da ostra *Crassostrea gigas* para além do turismo.

O consumo está geralmente associado a experiências sensoriais positivas, indicando que a ostra pode ser vetor de educação alimentar e valorização da biodiversidade local (Costa et al., 2022; Silva e Maluf, 2020). Vivências comunitárias e gastronômicas são caminhos para superar a elitização e criar vínculos entre produtor, território e consumidor.

### **4.3 Barreiras para o consumo**

Apesar de Florianópolis ser reconhecida como a principal produtora de ostras do Brasil, os dados da pesquisa evidenciam que o consumo do molusco ainda enfrenta diversas resistências. A pergunta “O que mais te impede de consumir ostras com mais frequência?” revela que os principais obstáculos estão relacionados a fatores culturais, sensoriais, econômicos e de segurança alimentar. Muitos participantes relataram não ter o hábito de consumir ostras, o que indica uma lacuna na inserção cultural do produto, mesmo em seu território de origem. Esse dado reforça a ideia de que hábitos alimentares são construídos social e historicamente, como apontam Montanari (2008) e Teixeira (2020), e que a presença de um alimento em uma determinada região não garante, por si só, sua incorporação aos costumes locais.

A insegurança em relação à procedência, ao frescor e às condições sanitárias das ostras também surgiu como um fator limitante. O medo de intoxicação, relacionada ao fato de o molusco ser frequentemente consumido cru, revela um déficit de informação e de confiança na cadeia de produção, aspecto destacado por Triches (2020) como um dos principais entraves ao fortalecimento de sistemas alimentares locais. Como organismos filtradores, as ostras acumulam microrganismos da água, sendo sensíveis à poluição causada por esgoto doméstico e escoamento urbano. Estudos como os de Silva (2009) e Froelich (2022) apontam que a presença de bactérias patogênicas, como coliformes fecais e *Vibrio* spp., representa um risco real, especialmente quando o manejo sanitário é inadequado ou a origem do produto é desconhecida. A segurança do consumo depende diretamente do controle da qualidade da água, da depuração em ambientes controlados e do cumprimento rigoroso de normas sanitárias por parte dos produtores. Por isso, medidas de fiscalização, rastreabilidade e educação do consumidor são fundamentais para reverter a desconfiança e garantir que o consumo de ostras seja seguro, além de sustentável e culturalmente valorizado.

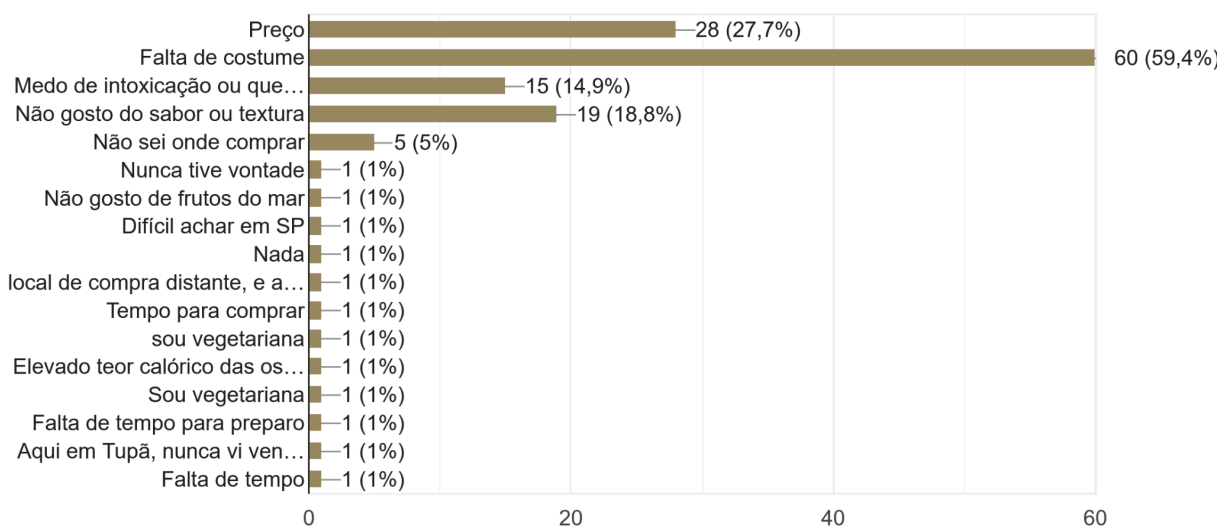
O preço foi outro elemento citado com frequência, revelando a percepção das ostras como um produto elitizado. Essa associação entre o molusco e a restaurantes caros acaba por afastá-lo do cotidiano alimentar de muitas pessoas, o que reforça a reflexão trazida por Berté (2018) sobre a mercantilização e a gourmetização dos alimentos locais, que muitas vezes se distanciam de suas raízes populares e da acessibilidade. Também foram mencionadas questões sensoriais, como o gosto e a textura das ostras, especialmente por parte de quem já experimentou, mas não manteve o hábito. Isso evidencia como o consumo de determinados alimentos pode ser limitado não apenas por barreiras econômicas ou culturais, mas também

por experiências individuais de paladar e preferência, algo que também é moldado socialmente, como destaca Montanari (2008).

Outra barreira relevante foi o desconhecimento sobre onde comprar ostras. Mesmo em uma cidade produtora, essa dificuldade aponta para falhas na distribuição, visibilidade e valorização do produto em espaços do cotidiano. Se o consumidor não se depara com ostras em feiras, supermercados ou cardápios acessíveis, o consumo tende a se restringir a ocasiões especiais ou restaurantes de alto padrão.

Além dessas, surgiram também respostas espontâneas como falta de tempo para comprar, dieta vegetariana ou dificuldade em encontrar ostras em estabelecimentos do dia a dia. Essas barreiras estão representadas de forma gráfica na Figura 2, e ajudam a compreender por que grande parte da população ainda não se conecta com um alimento tão emblemático para a cultura alimentar da região.

**Figura 2** – Principais barreiras apontadas ao consumo de ostras entre os respondentes: “O que mais te impede de consumir ostras com mais frequência?”

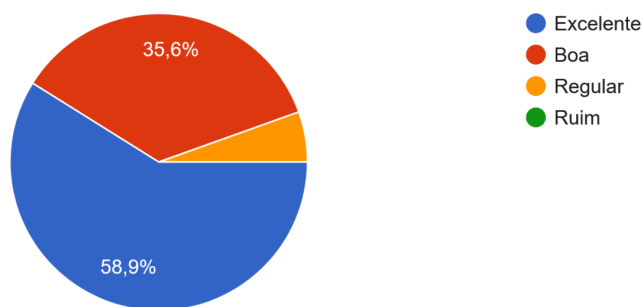


Fonte: Elaborado pela autora com dados do Google Forms (2025).

#### 4.4 Percepção sobre qualidade das ostras de cultivo

A percepção da população sobre a qualidade das ostras cultivadas em Florianópolis é um elemento essencial para entender seu potencial simbólico, afetivo e mercadológico dentro da cultura alimentar local. Entre os participantes que já consumiram ostras, a avaliação predominante foi positiva: 58,9% classificaram a qualidade como excelente, enquanto 35,6% consideraram boa. Apenas 5,5% avaliaram como regular, demonstrando que, quando o consumo ocorre, ele tende a ser associado a uma experiência satisfatória.

**Figura 3** - Avaliação sobre a Qualidade das Ostras de Florianópolis: “Como você avalia a qualidade das ostras de Florianópolis, caso já tenha provado?”



Fonte: Elaborado pela autora com dados do Google Forms (2025).

Essa valorização sensorial do produto reforça a credibilidade da maricultura local, que se destaca nacionalmente por suas boas práticas de manejo, controle sanitário e sustentabilidade, conforme aponta Souza e Bonamigo (2017). Contudo, o reconhecimento da qualidade não se traduz, necessariamente, em consciência territorial. Um dado relevante da pesquisa mostra que 31,7% dos participantes não sabiam que Florianópolis é responsável por cerca de 90% da produção nacional de ostras (EPAGRI, 2022). Essa desconexão entre o reconhecimento da qualidade e o desconhecimento da origem evidencia uma lacuna na comunicação entre a cadeia produtiva e os consumidores.

Conforme discutem Silva e Maluf (2020), sistemas alimentares sustentáveis exigem relações mais próximas entre produção e consumo, com ênfase no território, na cultura e na sustentabilidade. Nesse sentido, a ostra representa mais do que um alimento de valor nutricional: ela carrega consigo saberes tradicionais, modos de vida costeiros e potencial de identidade territorial — aspectos também discutidos por Menezes (2016) ao tratar da importância dos saberes locais para a valorização de práticas alimentares sustentáveis.

Além disso, a boa avaliação da qualidade do produto revela uma oportunidade estratégica para transformar a ostra local em um símbolo de pertencimento cultural. Como afirma Triches (2010), o alimento pode ser um instrumento de mediação entre indivíduos e território, contribuindo para a ressignificação de produtos tradicionais e o fortalecimento da cultura alimentar regional.

Por outro lado, o fato de 31,7% dos participantes da pesquisa terem respondido que não sabem da centralidade de Florianópolis na produção nacional indica que ainda há um distanciamento simbólico entre o produto e sua origem. Isso reforça a importância de estratégias de comunicação e valorização territorial, como defende Corrêa et al. (2023), ao destacar o papel das Indicações Geográficas (IG) na construção de uma identidade alimentar que favoreça tanto o consumo consciente quanto o desenvolvimento regional.

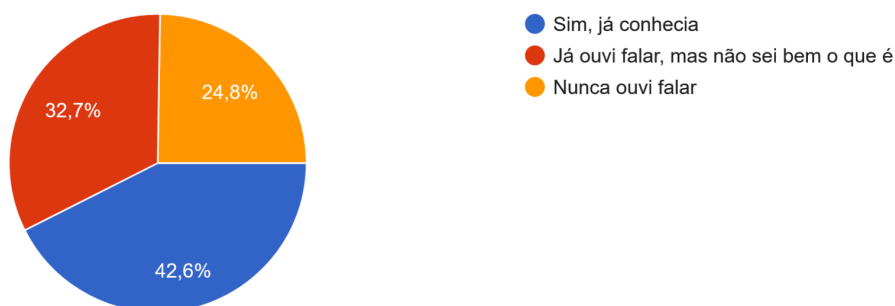
Logo, ampliar o acesso à informação, promover eventos gastronômicos e fortalecer os vínculos afetivos com o produto são caminhos possíveis para transformar as ostras de cultivo em um alimento cotidiano, e não apenas associado a ocasiões especiais. A valorização das ostras, nesse contexto, ultrapassa o gosto pessoal: trata-se de um processo cultural e político de (re)construção do território por meio da comida (Gonçalves et al., 2018)

#### 4.5 Conhecimento sobre o selo de indicação geográfica (IG)

Os dados obtidos apontam que a maioria dos participantes da pesquisa reconhece a importância de valorizar produtos locais: 96% dos respondentes concordam que essa valorização é essencial para a cultura e a economia da cidade. Esse dado revela um sentimento coletivo de pertencimento e apreço pela produção local, alinhando-se ao que destaca Froehlich (2022) sobre o papel dos produtos locais como expressão identitária e vetor de desenvolvimento territorial.

No entanto, o conhecimento específico sobre a indicação geográfica (IG) ainda é limitado entre os participantes. Enquanto 24,8% nunca ouviram falar do conceito e 32,7% não sabem exatamente o que significa, apenas 42,6% afirmam conhecê-lo (Figura 4). Essa lacuna de conhecimento evidencia um desafio importante: embora haja interesse em produtos locais, os instrumentos de valorização como a IG ainda não são amplamente compreendidos pela população. Isso vai ao encontro das observações de Souza (2019), que aponta para a necessidade de estratégias educativas que ampliem a compreensão pública sobre o que a IG representa — não apenas como um selo, mas como um marcador de origem, tradição e qualidade.

**Figura 4** - Conhecimento sobre indicação geográfica (IG)

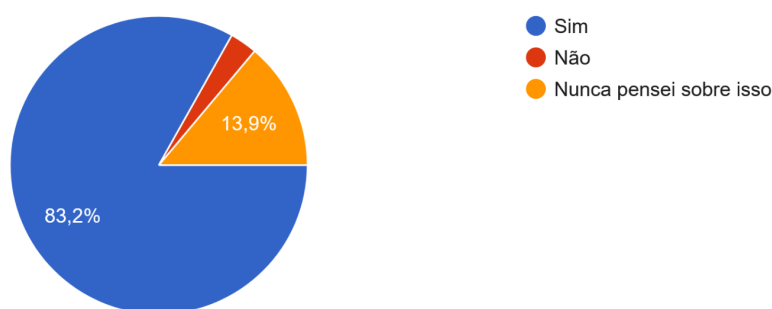


Fonte: Elaborado pela autora com dados do Google Forms (2025).

Após o questionamento em relação ao conhecimento sobre o conceito de indicação geográfica, foi disponibilizada uma breve explicação sobre o que se trata. E, mesmo entre aqueles que desconheciam o termo, o selo IG foi percebido positivamente: 83,2% afirmaram

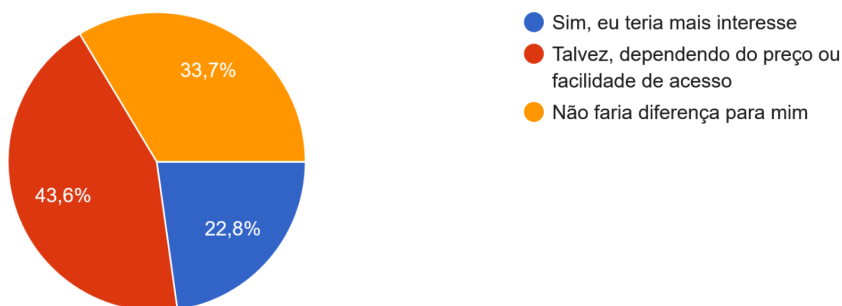
que ele transmite mais confiança ou qualidade (Figura 5). Esse reconhecimento simbólico reforça a análise de Froehlich (2022), que interpreta a IG como uma ferramenta não apenas econômica, mas também cultural e comunicacional. No entanto, essa valorização simbólica precisa ser acompanhada de medidas práticas. Quando questionados sobre o consumo de ostras com selo IG, 22,8% disseram que teriam mais interesse, mas a maioria condicionou sua decisão a fatores como preço e acessibilidade (43,6%) ou afirmou que o selo não faria diferença (33,7%) (Figura 6).

**Figura 5** - Garantia de confiança ou qualidade de um produto com selo IG: “Para você, um produto com IG transmite mais confiança ou qualidade?”



Fonte: Elaborado pela autora com dados do Google Forms (2025).

**Figura 6** - Questionamento em relação à confiabilidade associada ao selo IG: “Se as ostras de Florianópolis tivessem um selo de origem e qualidade (IG), isso influenciaria seu interesse em consumi-las?”

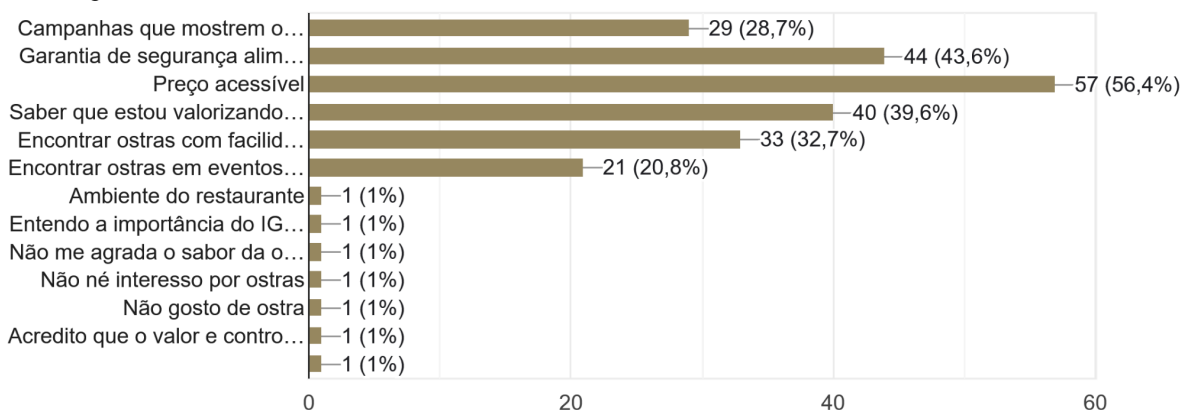


Fonte: Elaborado pela autora com dados do Google Forms (2025).

Essa relação entre o desejo de valorização local e as barreiras concretas de consumo aparece com ainda mais clareza na pergunta sobre os principais fatores que motivariam o consumo de ostras de Florianópolis. A maioria (56,4%) apontou o preço acessível como decisivo, seguido por segurança alimentar (43,6%), valorização do produtor local (39,6%) e facilidade de acesso (32,7%) (Figura 7). Esses resultados refletem o que Leite (2021) ressalta ao tratar da IG como um instrumento que, para ser eficaz, deve estar articulado com políticas públicas, ações de comunicação e estratégias de comercialização inclusivas.

Portanto, embora a IG tenha um potencial importante de valorização do território, esse potencial só se realiza plenamente quando é compreendido e reconhecido pela população, e quando se articula a outras ações que tornem o produto local mais acessível, visível e desejado no cotidiano alimentar.

**Figura 7** - Fatores que motivam o consumo: “Além do selo IG, o que mais te motivaria a consumir as ostras de Florianópolis?”



Fonte: Elaborado pela autora com dados do Google Forms (2025).

#### 4.6 Acesso, preço e elitização: barreiras do consumo da *Crassostrea gigas*

Apesar de Florianópolis ocupar uma posição de destaque na produção nacional de ostras, o consumo desse molusco ainda está longe de refletir essa realidade. Como apontam os dados do questionário e as observações anteriores, o acesso ao produto permanece mais frequente entre determinados grupos sociais, em grande parte devido à associação das ostras com contextos de turismo, gastronomia de luxo e preços pouco acessíveis.

Essa relação entre o produto e um imaginário elitizado contribui para afastá-lo do cotidiano alimentar da maioria da população local. Como discutem Silva e Maluf (2020), a construção de sistemas alimentares sustentáveis passa por tornar os alimentos locais acessíveis a diferentes camadas sociais, rompendo com lógicas de exclusão e elitização do consumo. No caso das ostras, o preço elevado e a forma como são apresentadas — muitas vezes acompanhadas de elementos que reforçam seu caráter gourmet — podem contribuir para a ideia de que se trata de um alimento restrito a ocasiões especiais.

Ainda que existam pontos de comercialização acessíveis, como o Mercado Público de Florianópolis, muitas pessoas não integram as ostras ao seu repertório alimentar, o que evidencia não apenas barreiras econômicas e culturais, mas também um certo distanciamento simbólico em relação ao produto. Como apontado por Triches (2010), a valorização dos alimentos locais exige mais do que sua disponibilidade física — envolve também a construção de vínculos afetivos, narrativas e sentidos compartilhados com o território.

Nesse sentido, é importante reconhecer que o baixo consumo de ostras não se deve, majoritariamente, à rejeição do alimento, mas sim a barreiras como preço, contexto cultural, e uma percepção de que o produto pertence a um universo distante do cotidiano. Para que a ostra de Florianópolis deixe de ser um item ocasional e passe a ocupar um lugar simbólico e real na alimentação da população local, é necessário promover estratégias de aproximação entre produtores e consumidores, investir em campanhas educativas e fomentar políticas públicas que reforcem a cultura alimentar local.

Como discute Corrêa et al. (2023), a Indicação Geográfica tem potencial para ser mais do que um selo de origem: pode atuar como uma ferramenta de fortalecimento da identidade territorial e de democratização do acesso aos produtos tradicionais. Para isso, é necessário romper com a ideia de que a IG representa apenas um marcador de luxo, reafirmando-a como um instrumento de pertencimento, de justiça alimentar e de sustentabilidade regional. Além da indicação geográfica como ferramenta de estímulo para o consumo, a Tabela 1 demonstra outras atitudes que podem ser tomadas para uma maior democratização das ostras da Ilha de Florianópolis.

**Tabela 1** - Propostas para Incentivar o Consumo de Ostras em Florianópolis

<b>AÇÃO</b>	<b>INTUITO</b>
Realização de eventos gastronômicos populares com ostras locais	Tornar o produto mais acessível e criar um vínculo afetivo com a comunidade
Criação de campanhas educativas Divulgação sobre segurança alimentar e depuração	Desmistificar o consumo e promover a cultura alimentar regional, aumentar confiança no produto
Incentivo à venda direta do produtor ao consumidor	Reduzir preços, aumentar acesso
Inclusão da ostra em pratos populares. Produção de receitas simples e acessíveis	Popularizar o consumo, combater a elitização. Estimular o preparo em casa.
Parcerias com mercados locais	Ampliar pontos de venda acessíveis
Valorização dos maricultores em redes sociais	Fortalecer o vínculo entre produtor e consumidor

Fonte: Dados da autora (2025).

As ações apresentadas na Tabela 1 mostram que incentivar o consumo de ostras em Florianópolis vai muito além de apenas oferecer o produto: é preciso aproximar o público, informar, descomplicar e criar vínculos afetivos com esse alimento tão importante para a cultura local. Tornar as ostras mais acessíveis, presentes no cotidiano e ligadas à identidade da cidade pode ser o caminho para que elas deixem de ser vistas como algo elitizado ou distante, e passem a fazer parte da rotina alimentar de mais pessoas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados apontaram que, apesar de Florianópolis ser responsável por cerca de 90% da produção nacional de ostras (EPAGRI, 2022), 26,7% dos participantes nunca experimentaram o produto, e 31,7% não sabiam da importância da cidade nesse setor. Esses dados reforçam que o consumo ainda é restrito, tanto por fatores culturais quanto por questões práticas, como preço, medo de intoxicação, desconhecimento sobre onde comprar ou falta de costume.

Por outro lado, entre os que já consumiram ostras, a percepção de qualidade é majoritariamente positiva, com destaque para avaliações como “boa” e “excelente”. Isso mostra que há um potencial de fidelização do consumidor, desde que o produto esteja mais presente na rotina alimentar da cidade e seja mais acessível.

A pesquisa também evidenciou que existe uma disposição significativa para consumir produtos locais e uma valorização simbólica do que é produzido na região. A maioria dos participantes demonstrou interesse por alimentos com origem conhecida, e muitos afirmaram que o selo de Indicação Geográfica poderia aumentar seu interesse pelas ostras locais. Isso mostra que há espaço para ações educativas, de comunicação e políticas públicas que tornem esse produto mais próximo da população; ações essas que se mostram extremamente necessárias para a diminuição da desconfiança do consumidor sobre questões sanitárias, além do fortalecimento de sistemas de rastreabilidade, controle de origem e transparência nas condições de cultivo das ostras.

O próprio processo de aplicação do questionário já gerou impactos positivos: diversos participantes demonstraram curiosidade sobre a cadeia produtiva local e sobre a possível certificação por Indicação Geográfica, demonstrando interesse pelo tema durante e após o preenchimento do formulário. Esse movimento de despertar da atenção e do interesse, ainda que inicial, confirma o caráter transformador da pesquisa-ação, que não se limita à coleta de

dados, mas busca intervir na realidade, promovendo reflexões e mobilizações em torno do objeto estudado.

Com base nesses dados, conclui-se que a hipótese proposta foi validada: o distanciamento simbólico e prático entre produtor e consumidor, somado ao desconhecimento sobre a cadeia produtiva e à falta de estratégias de comunicação eficazes, impacta negativamente o consumo de ostras em Florianópolis. Para que as ostras deixem de ser vistas apenas como um item de luxo ou consumo esporádico e ganhem relevância na cultura alimentar local — como o churrasco para os gaúchos ou o acarajé para os baianos —, é fundamental aproximar o consumidor do produtor, promover feiras, eventos e experiências sensoriais acessíveis, e consolidar a ostra como símbolo de identidade, sustentabilidade e pertencimento. Isso exige estratégias integradas que articulem gastronomia, território e políticas públicas, capazes de transformar esse cenário e fortalecer o vínculo entre a população e os alimentos produzidos em seu próprio território.

#### REFERÊNCIAS

- ALVES, R. R. N. & ROSA, I. L.. *Biodiversity, traditional medicine and public health: where do they meet?* Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine, 2006. Acesso em: 12 jul. 2025.
- AKATU. O que é consumo consciente? 2021. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BERTÉ, Daniela. Percepções sobre o consumo de moluscos bivalves em Florianópolis/SC: uma análise das representações sociais dos consumidores. 2018. 138 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Florianópolis, 2018.
- BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- COSTA, A. et al. Consumo consciente e sustentabilidade no Brasil: percepções e práticas. *Revista Brasileira de Desenvolvimento Sustentável*, 2022.
- CORRÊA, M. B. et al. A valorização de produtos locais e o papel das Indicações Geográficas na promoção do turismo gastronômico. *Cadernos de Desenvolvimento Regional*, v. 19, n. 1, p. 12–29, 2023.
- CORRÊA, M. D. et al. Valorização de produtos locais por meio de Indicação Geográfica: um estudo sobre o potencial das ostras de Florianópolis. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 17, n. 2, 2023. Disponível em: <https://www.rbtur.org.br>. Acesso em: 19 jun. 2025.

EPAGRI. Síntese Anual da Agricultura de Santa Catarina: 2022. Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina, 2023. Disponível em: <https://www.epagri.sc.gov.br>. Acesso em: 19 jun. 2025.

ETHOS. O que é sustentabilidade. São Paulo: Instituto Ethos, 2023. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

FRANCISCO, V. C. et al.. Composição nutricional de moluscos bivalves cultivados no Brasil. *Revista Brasileira de Alimentos e Nutrição*, 2021. Acesso em 12 jul. 2025.

FROELICH, Cláudia B. Análise sensorial de moluscos bivalves: influência de variáveis de cultivo e preparo. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciências dos Alimentos) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 145 f. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/....> Acesso em: 29 jun. 2025.

GONÇALVES, E. et al. Indicação Geográfica como estratégia de desenvolvimento sustentável: uma análise do caso brasileiro. *Desenvolvimento em Questão*, v. 16, n. 45, p. 45–68, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br>. Acesso em: 19 jun. 2025.

GONÇALVES, E. et al. Indicações Geográficas como instrumento de valorização territorial: o caso dos queijos artesanais brasileiros. *Revista Geografares*, v. 12, n. 2, p. 205–228, 2018.

INPI. Pedidos de Indicações Geográficas no Brasil. Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi>. Acesso em: 15 maio 2025.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). Portaria INPI nº 04, de 11 de fevereiro de 2022. Dispõe sobre o registro de Indicação Geográfica. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi>. Acesso em: 19 jun. 2025.

KRAY, R. R. et al. Experiências gastronômicas e valorização dos produtos locais: contribuições para o turismo em destinos com identidade territorial. *Cadernos de Turismo*, v. 21, n. 2, p. 88–106, 2021.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos de metodologia científica*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEITE, S. L. Indicação Geográfica e Desenvolvimento Territorial Sustentável: contribuições para políticas públicas locais. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 59, n. 2, 2021.

LÉVI-STRAUSS, C. *O cru e o cozido: Mitológicas*. Vol. 1. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

MENEZES, C. A. B. Cultura alimentar e sustentabilidade: a importância dos saberes tradicionais e da biodiversidade para os sistemas alimentares locais. *Cadernos de Agroecologia*, v. 11, n. 1, 2016. Disponível em: <https://www.aba-agroecologia.org.br>. Acesso em: 19 jun. 2025.

MENEZES, F. de. Alimentação e sustentabilidade: desafios e possibilidades para a promoção da cultura alimentar local. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v. 11, n. 2, p. 74–82, 2016.

MONTANARI, M. *Comida como cultura*. São Paulo: Senac, 2008.

MONDO, S.; BORGES, A. C. Entre ostras e histórias: a maricultura artesanal como expressão da identidade açoriana no Ribeirão da Ilha. *Revista Geografia em Questão*, v. 7, n. 1, p. 19–39, 2014.

MONDO, S.; BORGES, A. C. A maricultura como fator de desenvolvimento territorial no Ribeirão da Ilha (Florianópolis-SC): identidade, turismo e pertencimento. *Cadernos de Desenvolvimento Regional*, v. 18, n. 1, p. 128–144, 2022.

NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL. Por que Santa Catarina é referência mundial em ostras? 2018. Disponível em: <https://www.nationalgeographicbrasil.com>. Acesso em: 19 jun. 2025.

ONU. Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 19 jun. 2025.

PETRINI, C. *Terra Madre: como não ser um consumidor, mas um coprodutor*. São Paulo: SENAC, 2010.

SILVA, D. P. da; MALUF, R. S. Sistemas alimentares locais: entre o consumo consciente e a sustentabilidade. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 58, n. 2, p. 1–18, 2020.

SILVA, J. G. da; MALUF, R. S. *Segurança alimentar e nutricional: conceitos e políticas públicas no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2020.

SILVA, J. G. da; MALUF, R. S. Sistemas alimentares territoriais: elementos para uma abordagem. In: SILVA, J. G. da; MALUF, R. S. (org.). *Sistemas alimentares e inovação social: contribuições para a construção da sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2020. p. 21–45.

SILVA, R. da. Influência das condições sanitárias sobre a qualidade das águas utilizadas para maricultura no Ribeirão da Ilha, Florianópolis, SC. 2009. 109 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/102774>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SLOW FOOD. O que é o movimento Slow Food? 2024. Disponível em: <https://www.slowfoodbrasil.org.br/slow-food/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SOUZA, M. L. de; BONAMIGO, G. L. A maricultura como atividade produtiva em Santa Catarina: uma análise das políticas públicas de apoio ao setor. *Desenvolvimento em Questão*, v. 15, n. 40, p. 220–240, 2017.

SOUZA, Renato C. C. L. Qualidade microbiológica e sanitária de ostras em regiões de maricultura. 2019. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Pesca) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 120 f. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/....> Acesso em: 29 jun. 2025.

TEIXEIRA, A. M. S.; SARTI, F. M. Alimentação como Patrimônio Cultural: práticas e políticas de valorização. *Revista Patrimônio e Memória*, v. 15, n. 2, 2020.

THIOLLENT, M. *Metodologia da pesquisa-ação*. 18. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

TRICHES, R. M. *Comida e território: saberes e práticas em disputa*. São Paulo: Annablume, 2010.

TRICHES, R. M. Comida de verdade na alimentação escolar: o desafio da participação social e da alimentação saudável e sustentável. *Revista Agriculturas*, v. 7, n. 2, p. 4–9, 2010.

Disponível em: <https://aspta.org.br/revista-agriculturas>. Acesso em: 19 jun. 2025.

WCED. *Nosso futuro comum*. Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. ONU, 1987.