

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL - PPGDR

PAHOLA CRISTINY VIECELLI

**CONSUMO ALIMENTAR CONTEMPORÂNEO: um estudo dos hábitos e
dos perfis de consumidoras (es) de alimentos no Município de Pato Branco -
PR**

DISSERTAÇÃO

PATO BRANCO

2019

PAHOLA CRISTINY VIECELLI

CONSUMO ALIMENTAR CONTEMPORÂNEO: um estudo dos hábitos e dos perfis de consumidoras (es) de alimentos no Município de Pato Branco - PR

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional. Área de Concentração: Desenvolvimento Regional Sustentável.

Orientador: Prof. Dr. Marcio Gazolla

PATO BRANCO

2019

V656c Vicelli, Pahola Cristiny.

Consumo alimentar contemporâneo: um estudo dos hábitos e dos perfis de consumidoras (es) de alimento no município de Pato Branco - PR / Pahola Cristiny Vicelli. – 2019. 202 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Marcio Gazolla

Dissertação (Mestrado) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. Pato Branco, PR, 2019.

Bibliografia: f. 182 - 193.

1. Alimentos - Consumo. 2. Consumidoras. 3. Hábitos alimentares. I. Gazolla, Marcio, orient. II. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. III. Título.

CDD 22. ed. 330

Ficha Catalográfica elaborada por

Suélem Belmudes Cardoso CRB9/1630

Biblioteca da UTFPR Campus Pato Branco



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campus Pato Branco
Diretoria de Pesquisa e Pós-Graduação
*Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento
Regional*



TERMO DE APROVAÇÃO DE DISSERTAÇÃO Nº 153

A Dissertação de Mestrado intitulada “**Consumo alimentar contemporâneo: um estudo dos hábitos e dos perfis de consumidoras(es) de alimentos no município de Pato Branco (PR)**”, defendida em sessão pública pela candidata **Pahola Cristiny Viecelli**, no dia 29 de maio de 2019, foi julgada para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional, área de concentração Desenvolvimento Regional Sustentável, e aprovada em sua forma final, pelo Programa de PósGraduação em Desenvolvimento Regional.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Marcio Gazolla - Presidente – UTFPR

Prof^ª Dr^ª Islandia Bezerra da Costa – UFPR

Prof^ª Dr^ª Hieda Maria Pagliosa Corona - UTFPR

Prof^ª Dr^ª Josiane Carine Wedig - UTFPR

A via original deste documento encontra-se arquivada na Secretaria do Programa, contendo a assinatura da Coordenação após a entrega da versão corrigida do trabalho.

Pato Branco, 04 de julho de 2018.

Carimbo e Assinatura do(a) Coordenador(a) do Programa

Dedico este trabalho à todas as pessoas que diariamente lutam por uma alimentação justa, saudável e por isso democrática em suas bases sociais, culturais, econômicas e ambientais. E dedico também especialmente à minha avó Anastácia (*in memória*) que se fez por tantas vezes presente durante as reflexões e a escrita deste estudo através das lembranças, das memórias e do afeto com o qual lidava com a comida.

AGRADECIMENTOS

À CAPES pela bolsa de estudos que me possibilitou o desenvolvimento deste trabalho de forma mais tranquila ao dedicar exclusivamente a ele.

Ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, à todos seus professores e colaboradores que me permitiram avançar nas reflexões, abrindo-me as janelas, as portas e os horizontes para novos olhares dos quais por diversas vezes foram para além do espaço acadêmico.

À Universidade Tecnológica Federal do Paraná pela educação pública de qualidade que recebi neste programa de mestrado, que apesar de todos os agravos e ataques ocorridos na educação e, especialmente, nas áreas das Humanidades no último período, não deixou de exercer seu papel na produção de conhecimento nesse contexto.

Ao professor Marcio Gazolla que desde o primeiro contato se mostrou disposto ao diálogo e a me aceitar como sua orientanda. Por, ao longo deste período de orientação, me apresentar a um universo desconhecido e encantador de pesquisa pelo qual pretendo seguir explorando. Por sua disposição e dedicação com que exerce a profissão. Pelas inúmeras bibliografias indicadas, pelas horas de conversa sobre a pesquisa e pelo apoio nos momentos de dificuldade.

Às professoras Islândia Bezerra da Costa, Hieda Maria Pagliosa Corona e Josiane Carine Wedig que aceitaram com prontidão e gentilmente compor a banca de avaliação desta dissertação, bem como pelas ricas contribuições realizadas na qualificação do projeto de pesquisa.

À professora Josiane que se tornou também uma amiga. Pelo primeiro contato, antes mesmo de ser sua aluna, compartilhamos de um café ao mesmo tempo em que me incentivou a pesquisa. Pelo estágio de docência que me permitiu aproximação com a sala de aula. Pelas tantas conversas, dentro e fora da universidade, pelas caronas, cervejas, refeições realizadas em conjunto, seus conselhos e a liberdade que me oferece para diferentes discussões. Sobretudo, por sua dedicação, conhecimento e generosidade com que exerce a profissão e me fazem dar novos sentidos e olhares à vida acadêmica e à docência enquanto profissão.

Às professoras Jocelaine Mezomo e Ana Paula Debastiani que desde a graduação me incentivaram ao mestrado e que foram, em parte, responsáveis pelo meu ingresso dando valiosas contribuições na elaboração do projeto de pesquisa encaminhado ao processo seletivo.

Aos integrantes dos grupos de pesquisa Artemis (Grupo de Pesquisa em Gênero, Juventude e Cartografias da Diferença) e Gera (Grupo de Extensão Estudos de Gênero, Ruralidades e Agriculturas) pelos espaços de estudo proporcionados através das discussões, que mesmo, por vezes, não abordando de forma direta meu tema de pesquisa, ofereceram-me contribuições para este trabalho, oportunizando também novos conhecimentos e experiências.

À todos os meus colegas do mestrado da 8ª melhor turma que ao compartilhar seus conhecimentos e experiências num contexto interdisciplinar, tornaram a sala de aula um ambiente crítico ao mesmo tempo acolhedor, deixando essa caminhada mais amorosa oferecendo apoio quando necessário.

Especialmente às colegas mulheres desta turma que muito me ajudaram a perceber novos horizontes, a quebrar paradigmas, crenças e preconceitos a partir do olhar crítico, pois, durante essa pesquisa também descobri os limites que pertenciam a mim. Me ensinaram e foram comigo à luta, a ser resistência mesmo que as vezes em silêncio por meio das leituras e da escrita, me deram animo quando esse se fez ausente, ofereceram-se incentivo quando necessário e um ombro amigo a partir do qual laços verdadeiros de amizade se criaram. Com elas aprendi e aprendo que o conhecimento acadêmico e científico também se constitui de afeto, mas também de luta. Aprendi ainda que a amizade é o que nos alimenta nos tempos e espaços de aflições e deram a chance desse estudo acontecer.

À Mauricio por sempre me apoiar e incentivar meus sonhos, dando contribuições para as análises quantitativas deste trabalho.

Aos meus pais Sandra e Paulo e meu irmão João Pedro pelo apoio, pelo lar que me oferecem e a comida que nunca deixaram faltar à mesa quando me abrigar se faz necessário em função dos estudos.

Às consumidoras e consumidores de Pato Branco por abrirem as portas de suas casas para me receber e compartilhar comigo suas experiências sobre a alimentação. No trabalho de campo foram muitos ensinamentos, conversas, lembranças e histórias que a partir da comida, por vezes, foram contadas com alegria e entusiasmo, por outras, com limitação, preocupação e tristeza. Ao lembrar me emociono e não deixo de pensar nas palavras de Carolina Maria de Jesus *'A fome também é professora. Quem passa fome aprende a pensar no próximo, e nas crianças'*. Finalizando este trabalho me dou conta de que a alimentação saudável e, por isso justa e adequada em seus aspectos culturais, sociais, nutricionais e ambientais, é um direito humano que ainda não é exercido por todos os seres vivos.

À tantas outras pessoas que não foram aqui citadas, mas, que, no entanto, contribuíram de maneira importante para a realização do trabalho. Ao escrever essas palavras tão pequenas diante da gratidão que sinto ao finaliza-lo, posso afirmar que como nos dizia professora Marlize Rubin Oliveira, nos primeiros dias de aula, esse programa conseguiu me virar do avesso, me desmontou, me desconstruiu em pedacinhos e me construiu novamente me fazendo lutar por uma causa tão justa que é a alimentação.

A comida é uma lente pela qual consegui enxergar os desafios da nossa sociedade e é através dela que vejo as soluções. Fome, desperdício, injustiça social, aquecimento global, pobreza, crise migratória, racismo estão relacionados com a forma como produzimos, distribuimos e consumimos o nosso alimento.

Comer é um ato político!

(Bela Gil – culinária, escritora e ativista brasileira)

RESUMO

O objetivo geral deste estudo foi o de analisar os hábitos alimentares e construir perfis de consumidoras, do Município de Pato Branco – PR, em um contexto de modernização crescente das sociedades e das tendências contemporâneas em torno da alimentação. Para isso, foram construídos perfis socioeconômicos de consumidoras urbanas considerando os gastos destinados à alimentação domiciliar e a grupos específicos de alimentos. Verificaram-se, deste modo, o consumo dos principais grupos alimentares e as tendências na ingestão de categorias específicas de alimentos na dieta. Além disso, compreenderam-se também os hábitos alimentares a partir das refeições, seus conteúdos e locais de consumo. A elaboração deste trabalho ocorreu a partir de uma pesquisa de campo realizada com 43 consumidoras e consumidores pré-selecionados de acordo com seu perfil socioeconômico e local de moradia. O instrumento de pesquisa foi um questionário com base em questões fechadas de múltiplas escolhas, aplicado individualmente no domicílio de cada participante, escolhendo-se, preferencialmente, a pessoa responsável pela compra, seleção e preparo dos alimentos. Os métodos qualitativos e quantitativos foram mobilizados na construção do instrumento de pesquisa e também na análise dos dados da pesquisa de campo. Para isso, utilizou-se de técnicas de estatística descritiva e diário de observação de campo tendo em vista falas e depoimentos das interlocutoras. Os resultados indicaram que a renda econômica, o nível educacional e o papel das mulheres são os elementos de maior importância na construção dos perfis socioeconômicos, bem como que a alimentação possui um peso familiar simbólico em termos das atividades de compra e seleção dos ingredientes, dos cardápios e no preparo dos pratos culinários. O consumo de produtos processados esteve associado à desconfiança e ao risco à saúde contrapondo-se à ideia de alimentação saudável. Esse se constituiu de alguns produtos culinários utilizados na preparação ou durante as refeições, considerados principalmente como uma alternativa no sentido de praticidade, conveniência, momentos de rituais e do baixo custo, especialmente para as consumidoras de menor poder aquisitivo. Nesse caso, a alimentação foi valorizada por sua origem caseira e natural, características que se atrelam, sobretudo, aos aspectos de confiabilidade dos alimentos. Verificou-se que as interlocutoras ainda conservam a prática do cozinhar e a cultura alimentar nas preferências culinárias, sendo o feijão com arroz o prato que constitui as refeições cotidianas. Além disso, as refeições realizadas ao redor da mesa representam, simbolicamente, uma prática importante como espaço da família, das conversas, da troca de informações e de diálogos que servem também para a sociabilidade do grupo domiciliar. O olhar sobre a alimentação permitiu compreender que o consumo e as práticas relacionadas a ele apresentam-se como um importante elemento de observação de um processo social contemporâneo que está em constante mudança, mas que também se encontra em permanente recriação a partir de práticas e costumes que se voltam às tradições.

Palavras-chave: Alimentação. Consumo. Consumidoras. Perfil de consumidores. Desenvolvimento regional.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the food habits and construct profiles of feminine consumers, in Pato Branco city – PR, in a context of increasing modernization of the societies and of the contemporary trends about food. For this purpose, were elaborated socioeconomics profiles of urban feminine consumers considering the expenditures related to home feeding and specific food groups. By this way, there were found the consumption of the main food groups and the trends in differentiated food intake in the diet. In addition, were deemed the food habits starting from meals, their contents and consumption places. The elaboration of this survey happened from a field research realized with 43 pre-selected consumers, according to their socioeconomic profiles and place of residence. The research tool was a questionnaire based on a closed multiple choice questions, applied individually in each participant's home, choosing, preferably, the person responsible for food purchasing, selecting and preparation. The qualitative and quantitative methods were used in the research tool's elaboration and also in field research data analysis. For this, were used descriptive statistical techniques and field observation diary considering the women interlocutors speeches and reports. The results indicated that the economic income, educational level, and women role are the most important elements in socioeconomic profiles formation, as well as food has a symbolic familiar load regarding the activities of buying and selecting ingredients, the menus and in the preparation of culinary dishes. The consumption of processed foods was associated with distrust and the health risk in opposition to the idea of healthy eating. It was constituted by some culinary products used in the preparation or during meals, considered, specially, as an alternative in the sense of practicality, convenience, ritual moments and low cost, particularly for consumers of lower purchasing power. In this case, feeding was valued for its homegrown natural origin, characteristics that are mostly tied to food reliability. It was found that the women interlocutors still conserve the cooking practice and food culture in their preferences, being beans and rice is the dish that composes the daily meals. Furthermore, the meals around the table symbolically represent an important act as a space for the family, for conversation, for exchange information and dialogs that increase the domiciliary group sociability. The attention given to feeding allowed to understand that the consumption and the practices related to it are an important element of observation of a contemporary and social process which is in constant change, but that also still in continuous recreation stem from traditional practices and habits.

Key-words: Food. Consumption. Feminine consumers. Consumers' profiles. Regional development.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização de Pato Branco – PR, região Sudoeste.....	25
Figura 2: ‘Modelo’ teórico dos sistemas alimentares contemporâneos.....	38
Figura 3: Caracterização principal dos perfis de consumidoras.....	81
Figura 4: Hortas urbanas cultivadas pelas consumidoras.....	100
Figura 5: Ilustração da refeição do café da manhã.	153
Figura 6: Ilustração da refeição do almoço.	155
Figura 7: Ilustração da refeição jantar.	157

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo das (os) participantes.....	73
Gráfico 2: Estado civil e grau de escolaridade das participantes.	76
Gráfico 3: Principal responsável pela compra, seleção e preparo dos alimentos.....	79
Gráfico 4: Média de gastos com alimentação no domicílio por perfis de consumo.....	90
Gráfico 5: Gasto médio mensal (R\$) com cada grupo de alimento pelo total da amostra.	91
Gráfico 6: Participação dos grupos de alimentos nas despesas com alimentação.....	92
Gráfico 7: Gasto médio mensal (R\$) dos grupos de alimentos por perfis de consumo.	93
Gráfico 8: Contribuição dos grupos de alimentos nos gastos mensais com alimentação por perfis de consumo (%).	94
Gráfico 9: Frequência de consumo dos grupos de alimentos por perfis de consumo.	111
Gráfico 10: Principais locais de compra dos alimentos.....	114
Gráfico 11: Principais locais de compra dos alimentos por perfis de consumo.....	119
Gráfico 12: Frequência de compra dos alimentos por estabelecimentos e perfis de consumo.	121
Gráfico 13: Média de gastos nos locais de compra (R\$).	122
Gráfico 14: Média de gastos em cada local de compra por perfis de consumo.	123
Gráfico 15: Tendência no consumo supondo uma situação de melhora ou restrição financeira.	124
Gráfico 16: Tendência no consumo supondo uma situação de melhora ou de restrição financeira por perfis de consumo.	126
Gráfico 17: Consumo de categorias específicas de alimentos.....	130
Gráfico 18: Frequência no consumo de categorias específicas de alimentos (%).	132
Gráfico 19: Consumo de categorias específicas de alimentos por perfis de consumo (%). ...	133
Gráfico 20: Frequência no consumo de categorias específicas de alimentos por perfis de consumo (%).	134
Gráfico 21: Motivações sociais do consumo de categorias específicas de alimentos.	135
Gráfico 22: Principais motivos de consumo ou não de categorias específicas de alimentos por perfis de consumo.	138
Gráfico 23: Principais fatores que influenciam nos hábitos alimentares das consumidoras. .	142
Gráfico 24: Principais fatores que influenciam nos hábitos alimentares por perfil de consumo.	145
Gráfico 25: Divisão das refeições realizadas nos domicílios.	147
Gráfico 26: Número de refeições realizadas no domicílio por perfil de consumo.....	148
Gráfico 27: Refeições realizadas coletivamente.....	150
Gráfico 28: Atividades realizadas durante as refeições.....	160
Gráfico 29: Consumo de lanches diversos.	163
Gráfico 30: Frequência no consumo de lanches diversos.....	164
Gráfico 31: Consumo de lanches diversos por perfis de consumo.....	166
Gráfico 32: Substituição das principais refeições por lanches.	167
Gráfico 33: Frequência no consumo de pratos prontos ou semiprontos.....	170
Gráfico 34: Frequência no consumo de pratos prontos ou semiprontos por perfis de consumo.	171
Gráfico 35: Refeições realizadas fora do ambiente doméstico.....	172
Gráfico 36: Principais estabelecimentos comerciais em que se realizam as refeições.....	174

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Distribuição da amostra por classes de rendimentos socioeconômicos.	30
Quadro 2: Grupos alimentares investigados.	33
Quadro 3: Percepções sobre o café da manhã (%).	152
Quadro 4: Percepções sobre o almoço (%).	154
Quadro 5: Percepções sobre o jantar (%).	156

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Faixa etária das participantes.....	73
Tabela 2: Renda bruta domiciliar.	75
Tabela 3: Ocupação e/ou profissão principal das respondentes.	76
Tabela 4: <i>Status</i> das respondentes no núcleo domiciliar/familiar.	78
Tabela 5: Alimentos produzidos para autoconsumo.....	102
Tabela 6: Frequência no consumo dos grupos de alimentos pelo total da amostra (%).	107
Tabela 7: Divisão das refeições segundo o perfil de consumo (%).	149
Tabela 8: Refeições realizadas coletivamente segundo o perfil de consumo (%).	151

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIA	Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação
AFAECO	Associação dos Feirantes Agroecológicos de Ampére
AFEPATO	Associação de Feirantes de Pato Branco
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
CEU	Centro de Artes e Esportes Unificados
CNI	Conselho Nacional da Indústria
CONTAG	Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura
CRAS	Centro de Referência de Assistência Social
EUA	Estados Unidos da América
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
GAS	Grupo de Compra Solidária
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDEC	Instituto de Defesa do Consumidor
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPARDES	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IDH-M	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
MDS	Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome
MMC	Movimento de Mulheres Camponesas
MST	Movimento dos Trabalhadores Sem Terra Rurais
OGM	Organismo Geneticamente Modificado
OMS	Organização Mundial da Saúde
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PIB	Produto Interno Bruto
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares
PR	Paraná
RS	Rio Grande do Sul
SAN	Segurança Alimentar e Nutricional
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TV	Televisão
UEM	Universidade Estadual de Maringá
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
2 CONHECENDO A PESQUISA, OS CAMINHOS METODOLÓGICOS E O MUNICÍPIO INVESTIGADO.....	20
2.1 PROBLEMÁTICA DA PESQUISA	20
2.2 JUSTIFICATIVAS DA PESQUISA	23
2.3 CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO SUDOESTE DO PARANÁ E DO MUNICÍPIO DE PATO BRANCO.....	24
2.4 METODOLOGIA E INSTRUMENTOS DA PESQUISA	27
3 REFERÊNCIAS TEÓRICAS PARA O ESTUDO DO CONSUMO ALIMENTAR.....	37
3.1 OS SISTEMAS ALIMENTARES A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA.....	37
3.2 O CONSUMO DE ALIMENTOS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: ESPAÇOS E TEMPOS DA ALIMENTAÇÃO	48
3.3 CONSTRUÇÃO SOCIOCULTURAL DA ALIMENTAÇÃO E DOS HÁBITOS ALIMENTARES	59
4 PERFIS DE CONSUMO E GASTOS ECONÔMICOS: COMPREENDENDO MELHOR OS GRUPOS SOCIAIS E OS CUSTOS COM OS ALIMENTOS	72
4.1 PERFIS SOCIOECONÔMICOS DE CONSUMIDORAS (ES) DE ALIMENTOS	72
4.2 IMPORTÂNCIA SOCIOECONÔMICA DOS GRUPOS DE ALIMENTOS NA RENDA DOMICILIAR	89
5 CONSUMO DOS PRINCIPAIS GRUPOS ALIMENTARES E A PRESENÇA DE CATEGORIAS ESPECÍFICAS DE ALIMENTOS NO PRATO	105
5.1. CONSUMO DOS PRINCIPAIS GRUPOS DE ALIMENTOS.....	107
5.2 TENDÊNCIAS NO CONSUMO DE CATEGORIAS ESPECÍFICAS DE ALIMENTOS NA DIETA	128
6 HÁBITOS ALIMENTARES E COMPORTAMENTOS À MESA: REFEIÇÕES, CONTEÚDOS E SOCIABILIDADES	140
6.1 SISTEMA DE REFEIÇÕES: A COMIDA E SUA PRESENÇA NO COTIDIANO	141
6.2 SELEÇÃO DE CARDÁPIOS, SEUS CONTEÚDOS E O ESPAÇO DE CONSUMO	162
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	178
REFERÊNCIAS	184
APÊNDICES.....	196
APÊNDICE A.....	196
APÊNDICE B.....	198
APÊNDICE C.....	199
APÊNDICE D.....	204

1 INTRODUÇÃO

Analisar as dinâmicas do consumo a partir da alimentação na atualidade envolve uma série de questões desafiadoras. Uma das primeiras tarefas é a escolha do lugar e do espaço a partir do qual tais dinâmicas serão observadas e do enfoque analítico a ser adotado. Diante disso, o olhar sobre o consumo alimentar, ao qual, se toma parte, é compreendido para além da sua materialidade e dimensão fisiológica, mas enquanto elemento conectado a outras dimensões da vida social e aos processos de desenvolvimento, sobretudo, humano. Nesse sentido, se elege a modernidade como um marco histórico nas discussões empíricas e teóricas sobre a alimentação, na qual mudanças e permanências se estabelecem, caracterizando-se, principalmente por transformações provocadas nas relações sociais, de produção, de distribuição e de consumo dos alimentos (GIDDENS, 1991).

Com efeito, a alimentação é um processo social que afeta múltiplas dimensões da vida em sociedade. A satisfação provocada pela comida é um fato complexo em que aspectos são combinados relacionados a saúde, ao bem-estar físico, a identidade cultural, a sustentabilidade do meio ambiente, a viabilidade de atividades produtivas, a equidade nas relações entre países desenvolvidos e periféricos entre outras coisas. Dessa forma, a alimentação contemporânea tornou-se um ponto de encontro integrador de vários ambientes sociais, culturais, econômicos, ambientais e políticos colocando em jogo problemáticas que envolvem desde a governança de sistemas alimentares em escala global a decisões que se fazem a todo o momento sobre o quê, como, onde e quando se deve ou não comer.

Nesse contexto, as mudanças na alimentação têm refletido nos espaços em que é servida, no tempo de preparo dos alimentos, nas relações com a natureza, nas informações a seu respeito, nos locais de acesso e disponibilidade da mesma e no comportamento social dos indivíduos que a consomem. Pode-se dizer que tais modificações têm sido intensificadas, principalmente, se considerando uma sociedade cada vez mais urbanizada, industrializada e também mais reflexiva (GIDDENS; BECK; SCOTT, 1997). Diante disso, compreende-se que têm aumentado o nível de exigência por parte dos consumidores quanto aos padrões de qualidade dos alimentos em função de uma conscientização atrelada aos preceitos da segurança alimentar, da saúde, da preocupação com a contaminação da comida e da utilização indiscriminada de agrotóxicos.

Nesse repertório de práticas e simbolismos relacionados a comida, ao alimento e ao seu consumo, avistam-se também formas sociais de modernidades alternativas, em distintos arranjos que não se limitam à reprodução de modernos hegemônicos. É preciso considerar os

movimentos sociais de consumidores, contribuindo a favor de uma crescente tendência de valorização dos alimentos locais, rastreáveis, agroecológicos, da comida caseira e natural, assim como, da comida que carregada uma identidade cultural, produzida em regiões específicas do mundo e envolta pelas lembranças e memórias do lugar da qual pertence (COLLAÇO; BARBOSA; ROIM, 2017).

Na contemporaneidade a atividade de cozinhar, escolher os alimentos e consumi-los deixou de ser um ato privado, relacionado apenas ao gosto individual para ser também a ‘carteira de identidade’ dos comensais envolvendo um valor cultural, social, econômico e político complexo dos hábitos humanos (BRUNORI et al., 2012). Dessa maneira, a alimentação passou a ser uma dimensão fundamental para entender-se as metamorfoses sociais, especialmente, em relação as práticas de consumo, as quais tornam-se um objeto de investigação com grande potencial para captar mudanças nos processos de desenvolvimento das sociedades (BAUMAN, 2008). Entender as escolhas, hábitos alimentares, sistema de refeições, tendências de consumo e outros temas é essencial na atualidade, além de conectá-los com os processos de desenvolvimento (local) como se realiza neste trabalho.

O objetivo geral deste estudo foi analisar os hábitos alimentares e construir perfis de consumidoras, do Município de Pato Branco – PR, em um contexto de modernização crescente das sociedades e das tendências contemporâneas em torno da alimentação. Para atingi-lo se propôs como objetivos específicos: a) Construir perfis socioeconômicos de consumidoras compreendendo os gastos destinados à alimentação domiciliar; b) Verificar quais os principais grupos de alimentos compõem o hábito alimentar das consumidoras e as tendências no consumo de categorias específicas de alimentos e, c) Compreender os hábitos alimentares a partir das refeições, seus conteúdos e locais de consumo.

Apresentada, portanto, a intenção do estudo nesta introdução inicial, no Capítulo 2 encontra-se a problemática da pesquisa em torno do consumo de alimentos contemporâneos e a justificativa para sua realização. Após, apresenta-se uma breve caracterização da região e do Município de Pato Branco no qual desenvolveu-se o trabalho e, em seguida, o percurso metodológico evidenciando as etapas e os instrumentos de pesquisa adotados até a análise final dos dados coletados.

No Capítulo 3, está o referencial teórico construído a partir da sustentação de elementos que abarcam o estudo do consumo de alimentos e servem também como complemento para que os objetivos propostos sejam alcançados. No primeiro tópico, apresentam-se as questões em torno dos sistemas alimentares em uma perspectiva histórica com o propósito de auxiliar na identificação das principais dinâmicas e mudanças ocorridas na

produção e no consumo dos alimentos. Em seguida, as discussões sobre o consumo de alimentos contemporâneos considerando suas transformações no tempo e no espaço das sociedades modernas. No último tópico das discussões teóricas, abordam-se a construção sociocultural da alimentação e dos hábitos alimentares, tratando também dos perfis de consumidores na contemporaneidade.

No Capítulo 4, iniciam-se as discussões das análises dos dados coletados durante a pesquisa de campo, considerando o total da amostra e posteriormente a análise para cada perfil de consumidora. Primeiramente, discute-se uma caracterização geral da amostra investigada, tendo em vista à construção dos perfis, utilizando-se como critério principal a renda socioeconômica das participantes. A partir disso, realizou-se a investigação dos recursos econômicos disponibilizados a alimentação dos domicílios e, após, buscou-se saber a participação dos gastos com cada grupo de alimentos.

O Capítulo 5 versa sobre o consumo dos principais grupos de alimentos e sua frequência, os locais de compra e a média de gastos mensais destinadas a cada local. Além disso, procurou-se entender as tendências no consumo supondo uma melhora financeira e a restrição monetária em determinado período, bem como a ingestão de categorias específicas de alimentos na dieta e as motivações sociais para sua inclusão nos cardápios.

No Capítulo 6, propõe-se uma compreensão dos hábitos e comportamentos alimentares relativos à estrutura das refeições, seus conteúdos e os locais de consumo. Com isso, pretendeu-se entender os principais aspectos de influência no tipo de alimentação e nas escolhas alimentares feitas pelas participantes, a partir de uma interpretação da seleção dos cardápios no sentido dos conteúdos, em uma perspectiva moderna dos alimentos. Além disso, buscou-se saber quais refeições são realizadas fora do ambiente doméstico, sua periodicidade e a percepção das consumidoras quanto a essa prática. Por fim, no Capítulo 7 encontra-se as considerações finais do estudo abordando os principais achados da pesquisa.

2 CONHECENDO A PESQUISA, OS CAMINHOS METODOLÓGICOS E O MUNICÍPIO INVESTIGADO

2.1 PROBLEMÁTICA DA PESQUISA

De acordo com Portilho, Barbosa e Wilkinson (2017), nas sociedades contemporâneas tem se acompanhado um movimento de maior destaque nas pautas e discussões sobre o consumo alimentar, no qual a comida e a prática do comer ganharam visibilidade. Atualmente, é comum a presença de temas ligados a comida, culinária, gastronomia, nutrição, dietas e receitas em diferentes meios de comunicação. Nesse contexto, também estão livros, revistas e programas de televisão (TV), bem como as culinárias online e a constante presença de produtos prontos para consumo via internet. No Brasil, ao fazer uma rápida análise, verifica-se em torno de 49 *shows*/programas semanais de TV sobre gastronomia e culinária, 103 blogs relacionados ao assunto, 24 revistas sobre o tema e 163 sites de receitas gastronômicas¹. Outro aspecto se refere a valorização social e o aumento do número de profissões e atividades ligadas à alimentação, como a do cozinheiro que se transformou em *chef*, de nível técnico para curso universitário (BARBOSA, 2016).

No mundo moderno, pode-se dizer que a alimentação se tornou um processo social complexo, adquirindo um significado mais amplo e conquistando os interesses acadêmicos, das ciências sociais e da política. Nesse contexto, estão presentes mudanças na agricultura, nas formas de produzir, distribuir e consumir os alimentos, bem como nas formas de acesso a comida e nos espaços sociais em torno dela. Soma-se a isso, as transformações dos alimentos pelas agroindústrias da comida *in natura* para a processada, ultra-processada, enlatada, congelada, instantânea, embalada a vácuo e entre outras possibilidades de preparo de uma refeição rápida. Além disso, o ato de ‘comer fora’ passou de uma prática necessária para um produto cultural, no qual se verifica uma espécie de ‘fetichização’ em torno da comida que passa a ser considerada mais por seus aspectos de lazer, popularidade e prazer do que pela saudabilidade, sabor e nutrição proporcionado pelos alimentos (FONTENELLE, 2017; BARBOSA, 2004).

Nesse cenário, verifica-se que na atual conjuntura de concentração de poder entre os atores que controlam os sistemas alimentares, da produção ao consumo, o que se come e o que se sabe sobre a comida está fortemente atrelado às relações de poder na sociedade. Frente

¹ Ver em: <https://www.guiademidia.com.br/televisao/culinaria.htm/> acesso em 19/02/2018.

a isso, estruturas transnacionais, grandes indústrias e grupos econômicos se utilizam de ferramentas intensas de *marketing* para promover seus produtos, distorcendo pesquisas científicas e colocando a ciência à serviço do capital.

Nesse contexto, Shiva (2003) assevera que a mídia é um dos grandes instrumentos utilizados pelos sistemas dominantes para que seus saberes perpetuem e continuem absoluto. Nos meios de comunicação, principalmente nos programas destinados às classes sociais mais baixas, há um grande número de propagandas, *slogans* que encorajam as pessoas a se adequar à forma ocidental de pensar, de comer, se vestir, produzir e de estar no mundo. Cria-se, portanto, um monopólio exclusivo de informações que se coloca em posição superior a outros sistemas de saberes e, concomitantemente, faz com que esses sejam desacreditados, desconsiderando outras formas de pensamento e modos de vida.

Segundo a autora, além da mídia, a própria ciência tem sido uma aliada eficiente dos sistemas dominantes, por diversas vezes, reproduzindo, ainda que não seja de forma totalmente intencional, os saberes científicos e os elementos da cultura ocidental. Nesse contexto, considera a autora que as instituições de ensino deveriam ser um espaço de promoção do diálogo e reflexão entre os conhecimentos científicos e todos os outros tipos de saber, possibilitando o confronto entre várias culturas, o que raramente acontece. Para a autora, quando o saber dominante declara que o saber local não existe, não somente o torna invisível e ilegítimo como também elimina as alternativas, excluindo a realidade que elas tendem a representar.

Conforme Shiva (2003) é no fato de não considerar todos os saberes não-científicos um saber, que a ciência dominante cria uma monocultura de pensamentos, de forma semelhante às das monoculturas das variedades de plantas importadas, que leva a substituição e destruição da diversidade local. Nesse sentido, a própria ciência passa a ter o conhecimento enquanto mercadoria, centrada no capital. Isso acontece, por exemplo, com a ciência agrônoma pautada no modelo monocultural, e da própria ciência da nutrição moderna, enquanto campo do conhecimento, atuando na difusão de alimentos ultraprocessados. Nesse sentido, são preocupantes questões relacionadas à saúde, à disponibilidade, ao acesso e a ingestão de alimentos ricos em calorias e gorduras saturadas os quais, nos últimos anos, estiveram diretamente vinculadas as problemáticas de sobrepeso e de doenças crônicas associadas a má alimentação.

Diante disso, na contemporaneidade surgem novas problemáticas em torno da comida representadas pela escolha, a diversidade, a quantidade adequada, o tempo certo de

ingestão dos alimentos e as informações sobre o que é saudável ou não para consumir². Na comercialização e nos canais de circulação, verificam-se uma ampla oferta de alimentos, marcas e lançamentos constantes colocando os consumidores na difícil tarefa de selecionar criteriosamente aquilo que será ingerido. Nesse cenário, encontram-se diante dos riscos causados pela contaminação dos alimentos por agrotóxicos e outros aditivos químicos, confusos com as abordagens nutricionais e o surgimento de novos movimentos sociais em torno da comida tornando o hábito alimentar fonte de preocupação e reflexividade (LEAL, 2010; GIDDENS, 1991).

Frente a essas situações a alimentação moderna se apresenta diante de um paradoxo; nunca se ouviu e falou tanto sobre comida, gastronomias, culinárias, dietas e seus efeitos sobre o corpo e a saúde, ao mesmo tempo em que a fome e os problemas relacionados a má alimentação estão presentes. Da anorexia à obesidade, da concentração de poder alimentar à falta de alimentos, se produzem diversos discursos e informações sobre o tema que acabam gerando tensões sobre as escolhas de consumo.

Nesse sentido, as escolhas dos alimentos não podem mais ser compreendidas como uma atividade exclusiva do espaço privado, familiar, determinada pelas preferências individuais e cotidianas. Diante de um modelo de produção globalizada, sistemas alimentares industrializados, os desafios da crise ambiental e os impactos das novas tecnologias, consumir alimentos tornou-se uma atividade com consequências na esfera pública, no meio ambiente e nas avaliações morais e políticas. Dessa forma, o próprio significado de consumo parece ter se transformado a partir de fenômenos como o consumo responsável, político, reflexivo, local, entre outras ações de caráter individual e coletiva que incluem consumidoras (es) e suas formas de consumir os alimentos (FONTENELLE, 2017).

A partir dessa problematização que se estende ao cenário global, regional e conseqüentemente também ao local, as investigações sobre os hábitos alimentares a partir da declaração das consumidoras, possibilita compreender estratégias utilizadas na escolha dos alimentos, os principais fatores de interferência nas tomadas de decisões, porque se fazem algumas escolhas em detrimento de outras ou ainda quais os principais aspectos valorizados no momento das refeições. Para tanto, nessa direção, a pesquisa propõe compreender os seguintes questionamentos: a) Quais os hábitos de consumo alimentar e perfis de

² Por alimentação saudável considera-se o que sugere o ‘Guia Alimentar para a População Brasileira’ (2014), sendo aquela que tem como base alimentos *in natura* ou minimamente processados, consumidos em variedade e predominantemente de origem vegetal. Essa seria a base para uma alimentação nutricionalmente balanceada, saborosa, culturalmente apropriada e promotora de um sistema alimentar social e ambientalmente sustentável (BRASIL, 2014).

consumidoras existem no Município de Pato Branco/PR? b) A modernização reflexiva altera hábitos alimentares de consumo de alimentos?

2.2 JUSTIFICATIVAS DA PESQUISA

A alimentação é um processo indispensável para a vida e a reprodução humana e envolve uma diversidade de questões que transcendem os limites de vários campos disciplinares. Está relacionada especialmente ao desenvolvimento humano, enquanto fenômeno social, mas também a vários outros fatores sociais, econômicos, ambientais e políticos que se conectam aos processos e dinâmicas das sociedades, pois, envolve sistemas alimentares que são construções de elementos sociotécnicos que conectam atores sociais e tecnologias em diferentes dimensões e ramos socioeconômicos (produção, distribuição, logística, legislações alimentares, Estado, consumo, dentre outras). Especificamente, em relação ao consumo de alimentos, entender melhor os processos pelos quais os atores e grupos sociais geram demanda alimentar é compreender uma face atual e relevante dos processos motrizes de desenvolvimento contemporâneo (BAUMAN, 2008; CARON et al., 2018).

Principalmente a partir do século XIX, os sistemas alimentares vêm passando por transformações que direcionam o tempo e o espaço da alimentação. As mudanças se referem ao âmbito da produção agrária, das tecnologias, da globalização, mercantilização e, certamente, dos modelos de consumo das populações. Segundo a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2008-2009³, entre os principais fatores de mudanças nos hábitos alimentares dos brasileiros está a tendência em substituir a comida *in natura*, minimamente processada e feita em casa por produtos processados, ultra-processados e prontos para consumo. Além disso, o aumento da frequência de refeições realizadas fora do espaço doméstico entre os anos de 2002 e 2009 em torno de 25%, chegando a 28% dos gastos totais com alimentação (IBGE, 2010). Nesse sentido, justifica-se a importância dessa pesquisa para uma compreensão dos hábitos alimentares de consumidoras e consumidores urbanos, a fim de entender se esses tem incorporado práticas e tendências modernas no consumo de produtos processados e ultra-processados, compreendendo se as realidades investigadas se assemelham as características de contextos mais amplos como os dos grandes centros urbanos.

³ As Pesquisas de Orçamentos Familiares (POFs) são realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) com o objetivo de estabelecer a estrutura de gastos de consumo empregada nos cálculos dos índices de custo de vida e investigar a parcela de consumo das famílias (BARBOSA; BARBOSA, 2014).

No Brasil, algumas pesquisas têm se dedicado aos estudos dos hábitos alimentares e a apontar as principais razões e motivações para o consumo dos alimentos e as práticas vinculadas a ele. Uma das principais pesquisas empíricas já realizadas é a de Lívia Barbosa (2007), denominada de ‘Pesquisa de Hábitos Alimentares dos Brasileiros’, realizada em 2006 a partir de um amplo estudo em 10 cidades brasileiras, todas com mais de 1 milhão de habitantes cada e com pessoas pertencentes a diferentes segmentos de renda da sociedade. Outra investigação, é a de Cheung, Batalha e Lambert (2013) sobre o comportamento de consumidores de várias classes sociais e suas maneiras de pensar a alimentação. Nesse contexto, Fátima Portilho (2005; 2009; 2011) é uma importante pesquisadora contemporânea para os estudos do consumo e do perfil de consumidores, discutindo a partir desses atores os movimentos sociais, econômicos, políticos, sustentáveis e as diferentes ações individuais e coletivas vinculadas ao comer.

Contudo, é possível afirmar que no Brasil os estudos sobre o tema ainda são incipientes, apresentando-se em sua grande maioria por meio de abordagens que privilegiam etnografias de práticas e rituais alimentares, marcas ou tendências de mercados que apontam para um perfil de consumidor específico como os consumidores de orgânicos, por exemplo (BARBOSA, 2004; DIAZ-MÉNDEZ, GARCÍA-ESPEJO, 2016). Em relação a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), pode-se dizer que o número de estudos atrelados a esse tema também é reduzido, bem como no próprio Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR), ao qual essa pesquisa está vinculada. Tais constatações, refletem para a necessidade de se buscar informações sobre essa categoria de análise ainda pouco explorada no ambiente acadêmico brasileiro.

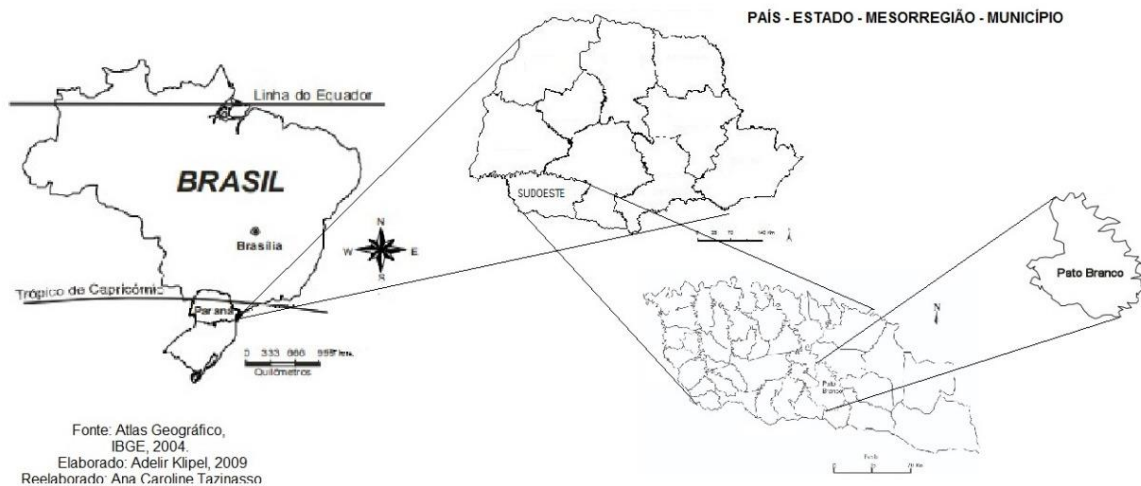
Para tanto, essa pesquisa justifica-se também por contribuir para os estudos e investigações empíricas sobre os hábitos alimentares e o perfil de consumidoras e consumidores em âmbito local, a partir de uma abordagem que privilegia um viés socioantropológico do consumo de alimentos e sua compreensão enquanto um processo social importante para o desenvolvimento regional e o desenvolvimento das sociedades modernas.

2.3 CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO SUDOESTE DO PARANÁ E DO MUNICÍPIO DE PATO BRANCO

A pesquisa tem como cenário o Município de Pato Branco, no estado do Paraná, região Sul do Brasil. Localizado no Sudoeste do estado, possui área territorial de 539,029

km², fazendo divisa com o estado de Santa Catarina e cerca de 100 quilômetros da Argentina. Na Figura 1, ilustra-se sua localização geográfica.

Figura 1: Localização de Pato Branco – PR, região Sudoeste.



Fonte: Atlas geográfico, IBGE (2004); reelaborado por Tazinasso (2018).

Os migrantes de Pato Branco, que ocuparam de forma mais intensiva a região Sudoeste paranaense, a qual já continha residentes, em geral caboclos, foram procedentes do norte do estado do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. No que diz respeito a sua origem étnica foram, principalmente, alemães, poloneses e italianos, que iniciaram suas atividades econômicas desenvolvendo a extração de erva-mate, seguida da criação de suínos e do extrativismo da madeira (RUEDELL, 2006). Mais que isso, torna-se relevante ressaltar a presença dos povos indígenas que ocupavam esse território, contribuindo fortemente no processo de formação da culinária, nos pratos e nos costumes à mesa. Tais informações são importantes para se compreender um pouco mais do processo de construção histórico do Município e também sua relação com a alimentação, a qual se constrói a partir de hábitos e costumes influenciados por outros povos, regiões e países distintos do seu local de origem.

Pato Branco se constituiu oficialmente enquanto Município em 1952, se tratando de uma cidade ‘jovem’ de apenas 67 anos. Segundo estimativas do último Censo Demográfico (IBGE, 2010), sua população total é de 72.370 habitantes (incluindo crianças menores de 10 anos), sendo que desse total 68.091 residem em área urbana e 4.279 em área rural. Esses dados indicam que o Município possui um grau de urbanização em torno de 94,09%, diferenciando-se da maioria dos municípios da Mesorregião Sudoeste da qual faz parte,

considerada a segunda região menos urbanizada do Paraná com cerca de 30,42% da sua população em zona rural.

De acordo com o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) (2004) o Sudoeste é a segunda Mesorregião com maior população ocupando a área rural, ficando apenas abaixo da Centro-Sul com 31,38% da sua população em área rural. Em função disso, é caracterizada como uma região de importância no desenvolvimento do trabalho da agricultura familiar considerando à disponibilidade de terras férteis conjugada ao relevo acidentado, que, ao dificultar a mecanização da agricultura em grande escala, representou uma proteção natural a pequena produção agrícola. Além disso, existe uma importância cultural desse modo de produção na região, a qual prioriza a produção diversificada em menor escala, influenciada principalmente por seus colonizadores.

Entre as principais atividades econômicas do Município está o setor de Serviços gerando cerca de 10.744 empregos, o Comércio com 7.273 cargos empregatícios, o setor da Indústria com 6.480 e a Agropecuária com cerca de 1.023 pessoas empregadas. O eixo econômico no qual Pato Branco se insere integra um fluxo de relações entre os municípios do sudoeste paranaense, mas também um subsistema interestadual que abrange o oeste de Santa Catarina vinculado ao sistema Curitiba (IPARDES, 2018; 2004). Nesse contexto, tem oferecido atividades especializadas na área de educação, ciência e tecnologia a partir de seu pequeno centro tecnológico industrial que possui parceria no desenvolvimento de ações em conjunto a Instituição Federal de Ensino Superior, a UTFPR.

Considerando o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH – M) que tem como base fatores ligados a educação, saúde e renda, a Mesorregião Sudoeste apresentou um desempenho favorável na política educacional, tendo em vista, que na maior parte de seus municípios a taxa de escolarização foi acima da média do Estado. Em relação às políticas de saúde também se destacou em conjunto com os índices de renda, sendo uma das únicas regiões que registrou mudanças positivas na renda *per capita* da população no ano de 2004 (IPARDES, 2004). Dos 37 municípios que compõe o Sudoeste, apenas cinco apresentaram IDH-M superior à média do Estado que é de 0,749, dentre eles Pato Branco se sobressaiu, uma vez que ocupou a quarta posição no *ranking* estadual com IDH-M de 0,782. Entre as dimensões que contribuíram para esse resultado é a taxa de longevidade com índice de 0,845, seguida da renda de 0,778 e de educação de 0,728 (IPARDES, 2010).

Nesse sentido, é importante mencionar que em relação a mesorregião, no ano de 2004, apenas Pato Branco, registrou nível de renda superior à média estadual, enquanto outros cinco municípios apresentaram renda *per capita* inferior a um salário mínimo. A renda média

domiciliar *per capita* no ano de 2010 foi de R\$ 974,21, enquanto a renda média domiciliar no Paraná era de R\$ 870,59. Em 2004, o Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* do Município foi de R\$ 38.826, ficando novamente a cima do estado que foi de R\$ 33.769 (IPARDES, 2004).

Em termos de pobreza, segundo estimativas do IPARDES (2003), no ano 2000, cerca de 589.420 famílias encontravam-se em situação de pobreza no Paraná, representando uma taxa de 20,87%. Do total dessas famílias, 67,07% residindo em áreas urbanas e 32,93% em áreas rurais. Em relação a Mesorregião Sudoeste, o número de famílias pobres era de 35.281, representando 25,60% do total de famílias do Estado, sendo que desse total 45,7% em área urbana e 54,3% em área rural. Em Pato Branco, esses dados indicavam cerca de 2.727 famílias pobres, sendo que 2.282 (5,85%) residindo em área urbana e 445 (12,08%) em área rural, o que representou em torno de 2,19% do total de famílias do Paraná, caracterizando uma taxa de pobreza em 14,63%.

Nesse sentido, verifica-se a importância de compreender alguns aspectos vinculados a alimentação e aos hábitos alimentares de consumidores de Pato Branco, considerando um município de médio porte que tem sua localidade no interior do estado do Paraná e vem se destacando em alguns aspectos do desenvolvimento local e regional, entre os quais, nos setores da saúde, educação e tecnologia.

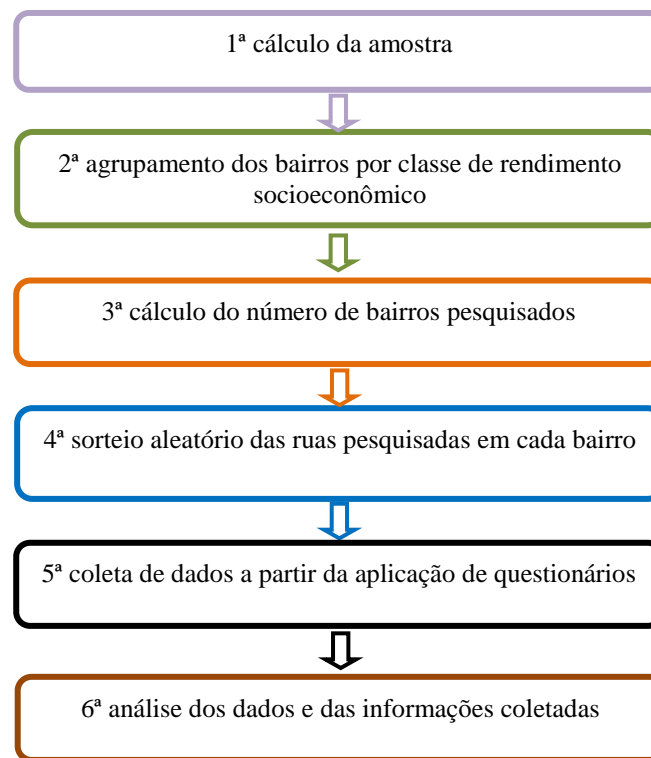
2.4 METODOLOGIA E INSTRUMENTOS DA PESQUISA

Neste item são apresentados o percurso do processo de investigação, de coleta das informações e os modos de análises do material coletado, bem como as características e informações gerais da pesquisa. Para isso, recorreu-se a Minayo (2009, p. 14) a qual compreende a metodologia da pesquisa como ‘o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade’. Isso significa dizer, que a metodologia compreende mais que a descrição formal de métodos e técnicas utilizadas. Ela inclui simultaneamente as concepções teóricas da abordagem (o método), os instrumentos de operacionalização do conhecimento (as técnicas), articulando-se com a realidade empírica que inclui também a criatividade da pesquisadora (suas experiências, capacidade pessoal e sensibilidade).

A partir disso, esse estudo se insere no campo das ciências sociais, enquanto ciência que possui instrumentos metodológicos capazes de aproximar-se da realidade de sujeitos e grupos humanos, mesmo que de forma incompleta e imperfeita. A pesquisa social junto ao trabalho de campo encontra sua importância ao permitir o desenvolvimento de relações

próximas que possibilitam interações entre os atores sociais que conformam a investigação e a pesquisadora (MINAYO, 2009). Frente a isso, a pesquisa de campo tratou-se do método escolhido para esse estudo, a fim de compreender as percepções e olhares dos sujeitos sobre alguns dos seus hábitos alimentares, suas escolhas e modos de consumir os alimentos. Nesse sentido, abordam-se entre as especificidades de expressões humanas, os processos, as representações, as subjetividades, os símbolos e significados que se relacionam à alimentação.

Diante disso, a partir de uma investigação empírica no universo doméstico da população de Pato Branco – PR, realizou-se a pesquisa com foco na percepção das consumidoras e consumidores de alimentos, optando-se pelo seguinte caminho metodológico:



Seguindo o diagrama, inicialmente realizou-se o cálculo da amostra a partir de dois critérios principais: **número de domicílios urbanos por bairro** e **rendimento mensal domiciliar per capita**⁴, conforme a fórmula descrita a seguir, onde: **n**: corresponde ao número de domicílios da amostra; **z**: grau de confiabilidade; **sigma**: desvio padrão; **E**: erro máximo da estimativa; **N**: tamanho da população.

⁴ O salário mínimo utilizado como referência para o cálculo da amostra foi de R\$ 510,00, vigente em 2010, ano do último Censo Demográfico do IBGE até a realização dessa pesquisa (IBGE, 2010).

$$n = \frac{N * \sigma^2 * z^2}{(N - 1) * E_0^2 + \sigma^2 * z^2}$$

Como dado secundário utilizou-se do último Censo Demográfico do IBGE (2010), que considera em termos de residentes maiores de 10 anos de idade 62.216 pessoas no Município. É importante destacar que esse número não inclui crianças menores de 10 anos, o que se justifica, pois acredita-se que crianças abaixo dessa idade não correspondem ao universo de estudo que se propôs pesquisar, não sendo potenciais participantes com autonomia de renda, compra, preparo e em alguns casos, de escolha dos alimentos consumidos.

De acordo com o documento, em Pato Branco existem 44 bairros urbanos com aproximadamente 22.011 domicílios particulares permanentes (unidades). Para o cálculo da amostra justifica-se que os 676 domicílios enquadrados na categoria ‘sem rendimentos’ foram desconsiderados. Essa categoria inclui os domicílios cuja pessoa responsável recebe seus rendimentos em forma de outros aditamentos sociais ou mantém-se com a renda do grupo familiar por não possuir ocupação estável, está desempregada ou não possui emprego com rendimento fixo, por exemplo, estudantes, aposentados ou donas de casa. Assim, os domicílios ‘sem rendimentos’ estão distribuídos em diferentes bairros e categorias socioeconômicas sendo difícil de serem encontrados ou identificados. Dessa forma, para o cálculo da amostra considerou-se os 21.335 domicílios urbanos, os quais representam o número total de domicílios da amostra (**N**).

Adaptando a fórmula para essa realidade, os seguintes dados foram empregados para o cálculo, onde: **N**: 21.335; **z**: 1,96²; **sigma**: 50²; **E**: 15². Justifica-se o erro amostral elevado devido a necessidade de diminuição da amostra e, conseqüentemente, do universo pesquisado, a fim de condizer com o tempo, os recursos, métodos e técnicas disponíveis para essa pesquisa. A seguir, visualiza-se o cálculo da amostra que resultou em 43 domicílios urbanos distribuídos em diferentes bairros do Município:

$$n = \frac{21335 * 2500 * (1,96)^2}{(21335 - 1) * 15^2 + 2500 * (1,96)^2} = n = 43 \text{ domicílios}$$

A fase seguinte foi o agrupamento dos bairros em que foram classificados nas seguintes categorias: a) Bairros de categoria socioeconômica ‘A’: situação de domicílios com

rendimentos mensais acima de 5 salários mínimos; b) Bairros de categoria socioeconômica ‘B’: rendimentos domiciliares na faixa de 2 à 5 salários mínimos; c) Bairros de categoria socioeconômica ‘C’: rendimentos domiciliares na faixa de 1 à 2 salários mínimos; d) Bairros de categoria socioeconômica ‘D’: rendimentos na faixa de 1/8 à 1 salário mínimo. Essa classificação foi realizada pela autora, tendo como referência a Tabela 1161, disponibilizada pelo IBGE do Município de Pato Branco, a mesma utilizada para a construção das demais informações (Apêndice A).

Na terceira etapa, realizou-se a seleção dos bairros a serem pesquisados, a partir da média do total de domicílios em cada bairro, conforme o agrupamento por classes de rendimentos acima mencionada. A classificação foi feita do maior para o menor número de domicílios existente em cada bairro. A partir disso, previamente estabeleceu-se quatro perfis de consumo (A, B, C e D), de acordo com essa classificação. No Quadro 1, visualiza-se a distribuição da amostra segundo a classificação por perfil de rendimento, o número de consumidoras pesquisadas, os respectivos bairros e a identificação de cada consumidora investigada.

Quadro 1: Distribuição da amostra por classes de rendimentos socioeconômicos.

Perfil de consumo	Nº de consumidoras pesquisadas	Bairros pesquisados	Identificação das consumidoras
Perfil ‘A’	3	Centro; Brasília; La Salle	1; 7; 10
Perfil ‘B’	9	Santa Terezinha; Menino Deus; La Salle; Brasília; Vila Isabel; Fraron; Centro; Jardim Primavera; Pinheirinho	2; 4; 5; 6; 8; 9; 12; 19; 27
Perfil ‘C’	15	São Cristóvão; Alvorada; Novo Horizonte; Cristo Rei; Pinheirinho; Industrial; São Vicente; Santa Terezinha; Menino Deus; La Salle; Fraron; Planalto I; Centro; Planalto II; Santo Antônio	3; 11; 13; 14; 17; 18; 21; 22; 25; 28; 29; 30; 31; 34; 36
Perfil ‘D’	16	São Cristóvão; Alvorada; Novo Horizonte; Santo Antônio; Morumbi; Cristo Rei; Pinheirinho; Industrial; Santa Terezinha; La Salle; Planalto I; Centro; Jardim Floresta; Sudoeste; Bela Vista; Planalto II	15; 16; 20; 23; 24; 26; 32; 33; 35; 37; 38; 39; 40; 41; 42; 43
Total	43	-	-

Fonte: Elaborado pela autora (2018) a partir dos dados do IBGE (2010).

A quarta etapa refere-se à identificação interna das ruas e domicílios apresentados no Apêndice B. Inicialmente, a partir do mapa do Município, houve o sorteio das ruas a serem

pesquisadas conforme a média do número de bairros. A partir de cada bairro foi sorteada uma rua específica sendo escolhido preferencialmente o domicílio de número central da referida rua. Caso a consumidora ou o consumidor deste domicílio recusasse a participação na pesquisa ou então não se encontrasse no momento da visita, era eleito o domicílio seguinte em ordem crescente da numeração. Contudo, isso ocorreu nas três primeiras aplicações do questionário em que se constatou dificuldade de acesso aos respondentes por motivos diversos como indisponibilidade para responder o questionário, falta de interesse e, principalmente, a desconfiança ao permitir a entrada de uma desconhecida no ambiente doméstico.

Na quarta visita a uma consumidora, verificou-se a possibilidade de optar pelo método de indicação, em que cada participante passou a informar outro possível participante. Todavia, manteve-se o critério em relação aos bairros selecionados inicialmente e ao propósito de entrevistar interlocutoras que correspondessem o perfil socioeconômico do referido bairro. Essa dinâmica permitiu um número menor de rejeições durante a coleta de dados, ao passo que possibilitou uma maior proximidade entre a pesquisadora e as participantes antes mesmo de iniciar a coleta de dados. Nesse sentido, compreende-se o que é discutido por Granovetter (1973), a respeito da consistência das relações interpessoais que se formam e se concretizam a partir dos vínculos dos sujeitos com suas redes sociais de amizade e parentescos. Por meio da indicação de uma participante a outra, considera-se que as relações de confiança que se constituem no coletivo social são motivadas na tomada de decisão, tornando a participação possível e mais satisfatória.

Outro aspecto que também pode ser observado na perspectiva de Granovetter (1973), é que no decorrer da coleta de dados houve maior dificuldade de acesso a possíveis participantes residentes em bairros caracterizados com renda socioeconômica inferior a dois salários mínimos, alegando desinteresse ou restrição em participar da pesquisa. Acredita-se, que essa recusa, possivelmente, ocorreu pelo fato dessas pessoas receber algum tipo de recurso proveniente de programas sociais, sentindo-se desconfortáveis ou mesmo com medo de comprometer o recebimento destes. Considerando o curto período de tempo para a realização da pesquisa, recorreu-se a um colaborador do Centro de Artes e Esportes Unificados (CEU)⁵ para fazer a intermediação inicial entre a pesquisadora e participantes. Essa relação foi possível devido aos participantes recorrer mensalmente ao centro para retirada da cesta básica ou ainda participar de oficinas e outras atividades ofertadas no espaço.

⁵ Por meio da parceria entre União e municípios, os centros integram num mesmo espaço programas e ações culturais, práticas esportivas e de lazer, formação e qualificação para o mercado de trabalho, serviços sócioassistenciais, políticas de prevenção à violência e de inclusão digital, a fim de promover a cidadania em territórios de alta vulnerabilidade social.

Após o contato inicial e o entendimento do objetivo do estudo, foi possível a coleta de informações com as respectivas interlocutoras em seus domicílios.

Considerando os imprevistos e eventualidades durante a pesquisa de campo, recorreu-se a Minayo (2009), ao explicar que o labor científico, muitas vezes, além das teorias, métodos e seus princípios, caminha na direção da invenção, sendo preciso abandonar certas vias pré-definidas, encaminhando-se para outras direções. Nesse sentido, explica a autora que ao fazer tal percurso, os investigadores aceitam os critérios da historicidade, da colaboração e, sobretudo, aceitam a ideia de que qualquer conhecimento é apenas aproximado e está sendo construído.

A quinta etapa foi a coleta de dados *in loco* que ocorreu entre os meses de agosto e novembro de 2018, considerando diferentes dias da semana e finais de semana em três turnos de horários diferentes (manhã, tarde e noite), com o propósito de acessar indivíduos que, por exemplo, realizassem todas as suas refeições fora de casa ou trabalhassem durante a semana e estivessem presentes em seus domicílios somente nos fins de semana e a noite. O instrumento de pesquisa utilizado foi um questionário estruturado de múltiplas escolhas que possibilitou descrever características e medir variáveis (RICHARDSON, 2008). Tal questionário foi adaptado do estudo de Barbosa (2007) denominado de ‘Pesquisa de Hábitos Alimentares dos Brasileiros’, o qual a partir do contato inicial com a pesquisadora via e-mail, o disponibilizou para fins dessa pesquisa⁶.

Nessa oportunidade, o questionário foi adaptado a realidade investigada sendo selecionado 45 questões do roteiro de perguntas desse estudo supracitado (que são também indicadores deste trabalho), as quais foram elaboradas em três grupos de questões: a) 12 relacionadas aos aspectos socioeconômicos das participantes; b) 15 envolvendo os grupos de alimentos e, c) 18 atreladas aos hábitos alimentares das consumidoras (Apêndices C e D). Nesse último grupo, além de questões alternativas utilizou-se de questões em formato de escala *Likert*, na qual foram apresentados fatores para o consumo de alimentos e estes deveriam ser relacionados ao grau de concordância atribuído pelas participantes, no sentido de ‘concordo’; ‘não concordo nem discordo’ e ‘discordo’.

A aplicação dos questionários foi realizada individualmente no domicílio de cada respondente, privilegiando a interação entre a pesquisadora e as participantes permitindo a livre discussão das questões sem que se perdesse o foco principal de cada proposta. Para isso, utilizou-se como critério a participação da principal pessoa responsável pela compra, seleção

⁶ Agradece-se à Lívia Barbosa pela colaboração e apoio ao ceder o questionário, que foi reestruturado e modificado, servindo de inspiração inicial para essa pesquisa.

e preparo dos alimentos⁷. Ao final de cada questionário, solicitou-se a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), informando o objetivo da pesquisa e garantindo o anonimato nas participações.

Para a elaboração dos Capítulos 4 e 5 que trata do consumo e dos gastos com os principais grupos alimentares, utilizou-se como referência o Guia Alimentar para a População Brasileira (BRASIL, 2014) e a Pirâmide Alimentar Brasileira, proposta por Philippi (2013). Essa dinâmica entre os dois materiais buscou articular de forma objetiva os principais grupos a serem estudados, adaptando-os à realidade investigada. O Quadro 2 apresenta, de forma breve, a caracterização de cada grupo investigado, no qual se compreende os conjuntos de alimentos com usos culinários e perfis nutricionais próximos entre si. Tendo em vista o Guia Alimentar, não se considerou para esse estudo os grupos das ‘castanhas e nozes’ e o da ‘água’, portanto, nenhum dos alimentos que correspondem aos referidos grupos foram investigados. Ao invés disso, acrescentou-se o conjunto de ‘óleos e gorduras’ e ‘açúcares’, conforme indicados pela Pirâmide Alimentar Brasileira.

Essa inclusão se deve ao fato de que óleos, gorduras, sais e açúcares são considerados itens alimentícios com alto teor de nutrientes, cujo consumo excessivo pode ser prejudicial à saúde. Sua ingestão inadequada tem sido apontada como causa de doenças crônicas, aumentando o risco de doenças do coração e obesidade. Além disso, estudos têm apontado a elevação do seu consumo tanto no Brasil (OPAS, 2017; POF, 2008-2009), como no mundo (KEARNEY, 2010) ressaltando a importância de sua compreensão e pesquisas nesse contexto.

Quadro 2: Grupos alimentares investigados.

Grupos de alimentos	Principais características	Referência
Raízes e tubérculos	Inclui a mandioca, também denominada como macaxeira ou aipim, batata ou batata inglesa, batata doce, batata baroa ou mandioquinha, cará e inhame.	Guia Alimentar para a População Brasileira
Pães e cereais	Compreende arroz, milho (incluindo grãos e farinha) e trigo (incluindo grãos, farinha, macarrão e pães) e outros cereais como aveia e centeio.	Guia Alimentar para a População Brasileira
Legumes e verduras	Existe uma imensa variedade de alimentos que fazem parte desse grupo no Brasil: abóbora, brócolis, almeirão, beterraba, chuchu, jiló, pimentão, pepino, quiabo, tomate, repolho, entre outros. Variam conforme a região do País e podem ser consumidos de diversas maneiras: crus, refogados, cozidos, assados etc.	Guia Alimentar para a População Brasileira

⁷ Este estudo não se trata de um recorte de gênero, contudo, considerou-se a escrita no feminino tendo em vista que a amostra foi significativamente composta por interlocutoras mulheres.

Frutas	O Brasil possui uma extensa variedade de frutas: abacate, abacaxi, açaí, acerola, figo, limão, laranja, pequi, manga, graviola, entre outras. Também variam conforme a região e podem ser consumidas frescas ou secas (desidratadas).	Guia Alimentar para a População Brasileira
Leite e queijos	Inclui alimentos minimamente processados, como leite de vaca, coalhada e iogurtes naturais e alimentos processados como queijos.	Guia Alimentar para a População Brasileira
Carne e ovos	Fazem parte carnes de gado, porco, cabrito e cordeiro (as chamadas carnes vermelhas), carnes de aves e de pescados e ovos de galinha e outras aves.	Guia Alimentar para a População Brasileira
Leguminosas e feijões	Inclui vários tipos de feijões e outros alimentos do grupo das leguminosas, como ervilhas, lentilhas e grão de bico.	Guia Alimentar para a População Brasileira
Óleos e gorduras	Este grupo é constituído de azeites de girassol, amendoim, milho, banha de porco, nata, manteiga e margarina.	Pirâmide Alimentar Brasileira
Açúcares	Grupo composto por doces em geral, mel, produtos açucarados, como achocolatados, refrigerantes, sorvetes, frutas cristalizadas.	Pirâmide Alimentar Brasileira

Fonte: Elaborado pela autora (2019), com base no Guia Alimentar para a População Brasileira (BRASIL, 2014) e a Pirâmide Alimentar Brasileira (PHILIPPI, 2013).

Os métodos quantitativos e qualitativos foram mobilizados na construção do instrumento de pesquisa e também na análise dos dados da pesquisa de campo, a fim de aprofundar os entendimentos, as interpretações e os significados observados no desenvolver do estudo. A análise dos dados foi a última fase da pesquisa, na qual as informações coletadas foram organizadas e analisadas a partir dos textos, materiais bibliográficos e das realidades empíricas. Explica Richardson (2008) que as fontes primárias são aquelas que possuem uma relação direta e próxima com os fatos e os acontecimentos analisados as quais, nesse estudo, são provenientes da aplicação do questionário. Dessa forma, ao final do dia, após cada questionário ser devidamente aplicado as informações foram organizadas em um banco de dados no Excel, no qual foram feitas observações e descrito relatos e percepções individuais de cada caso investigado.

Dos procedimentos de análise dos dados primários, o método quantitativo caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto na coleta de informações, quanto no tratamento dos dados através de técnicas estatísticas. Segundo Richardson (2008) essa abordagem tem como prática trazer à luz dados, indicadores, tendências observáveis e uma quantificação que permite especificar o grau pelo qual diferentes variáveis se relacionam e operam com o propósito de cumprir com os objetivos da pesquisa.

Nesse estudo, a abordagem quantitativa buscou, a partir de estatística descritiva, medir alguns indicadores em termos de recursos financeiros disponíveis para a alimentação, frequência de consumo, principais locais de compra dos alimentos e os recursos destinados a

cada local, bem como identificar os principais grupos de alimentos consumidos, considerando sua importância socioeconômica na renda domiciliar. Além disso, a análise quantitativa dos dados permitiu construir perfis de consumo com base nas quatro classes sociais de rendimento (categorias socioeconômicas de consumidoras A, B, C e D), considerando suas características e especificidades entre eles. Para tanto, os dados coletados foram sintetizados em planilhas eletrônicas, gráficos, quadros e ilustrações que permitiram interpretar, descrever e avaliar os resultados.

O sentido qualitativo da pesquisa ocorreu com o propósito principal de relacionar o aporte teórico conceitual às realidades empíricas possibilitando, a partir da análise de conteúdo e dos depoimentos das consumidoras, a compreensão de algumas subjetividades humanas em relação aos hábitos da alimentação, das práticas e das representações alimentares. Segundo Denzin e Lincoln (2010), a pesquisa qualitativa é uma abordagem de investigação que possibilita um trabalho interpretativo na interligação de dados, imagens, documentos, falas, símbolos, classes sociais e demais aspectos que fazem parte do cenário estudado. Além disso, pode-se compreendê-la enquanto um campo interdisciplinar e transdisciplinar que perpassa as ciências sociais com ênfase na qualidade das entidades, dos processos e significados que não são medidos experimentalmente.

Dessa forma, a análise qualitativa buscou a partir das falas e declarações das interlocutoras aproximar-se das realidades estudadas. Nesse sentido, durante a coleta de dados, junto ao questionário, foram realizadas anotações de campo a partir dos depoimentos de cada participante considerando suas principais percepções, reflexões e comportamentos subjetivos aos alimentos. Além disso, como forma de registro, foram feitas fotografias, das quais utilizou-se parcialmente para as análises qualitativas desse estudo. O propósito foi capturar imagens relacionadas ao contexto alimentar das participantes, dos alimentos cultivados para autoconsumo, das hortas urbanas e algumas das refeições servidas no momento das entrevistas. Após as entrevistas, também foram cedidas fotografias por parte de algumas participantes que encontram-se ilustradas no Capítulo 6 desse estudo.

A relação entre as abordagens quantitativas e qualitativas, por sua vez, permitiu relacionar os principais aspectos contidos nos depoimentos das consumidoras e nas fotografias com os dados quantitativos analisados, possibilitando o alcance dos objetivos propostos no estudo. Denzin e Lincoln (2010), nesse contexto, explicam que a abordagem qualitativa consiste, antes de mais nada, em uma atividade que localiza o observador no mundo, a partir de um conjunto de práticas materiais e interpretativas em uma tentativa de compreender os fenômenos, as realidades e os cenários do outro. Sendo assim, também foram

consideradas as percepções e olhares da pesquisadora na construção de sentidos e interpretações.

3 REFERÊNCIAS TEÓRICAS PARA O ESTUDO DO CONSUMO ALIMENTAR

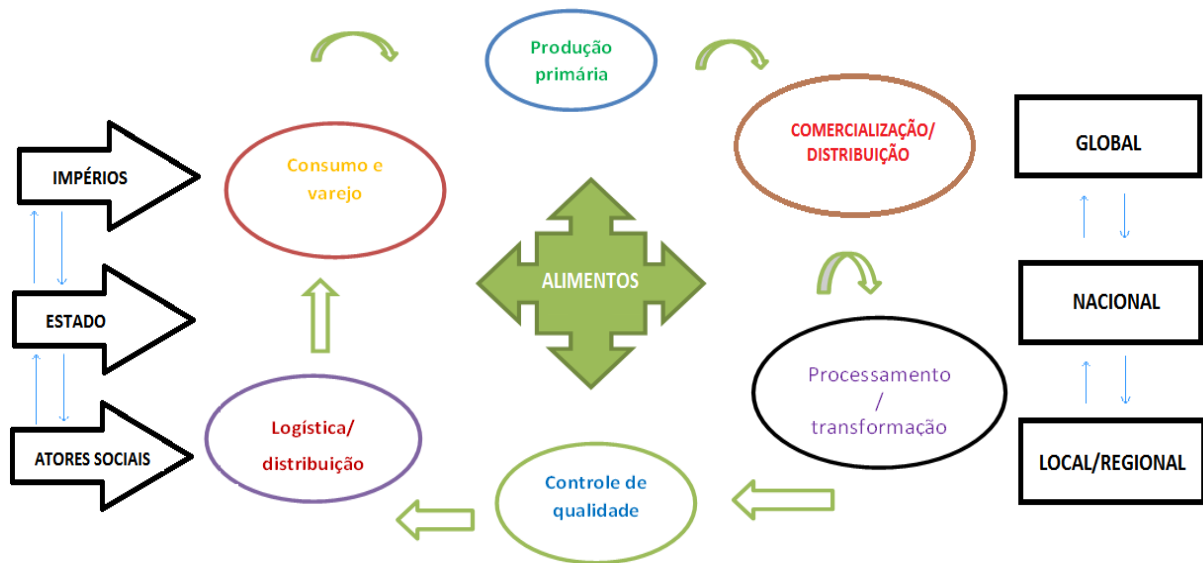
3.1 OS SISTEMAS ALIMENTARES A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA

Segundo De Paula (2017), historicamente as relações econômicas e culturais ‘entre’ e ‘nas’ sociedades ocasionaram importantes transformações na alimentação. Essas mudanças podem ser percebidas tanto nas bases tecnológicas de produção e na distribuição dos alimentos quanto nos comportamentos e práticas individuais e coletivas dos cidadãos consumidores. Algumas das discussões sobre essas questões concentram-se nos debates em torno dos sistemas alimentares, os quais se referem a um ‘conjunto de estruturas tecnológicas e sociais empregadas desde a coleta até a preparação culinária, passando por todas as etapas de produção e de transformação’ até o consumo final dos alimentos (POULAIN; PROENÇA, 2003, p. 252). Trata-se, portanto, de estruturas que movimentam as relações sociais em torno da alimentação, das práticas do comer e das atividades que a envolvem.

De acordo com Portilho, Castañeda e Castro (2011), os sistemas alimentares foram sendo desenvolvidos ao longo do tempo para assegurar de diferentes formas o suprimento estável dos alimentos. O homem, que sempre produziu sua própria comida, passou a modificar suas técnicas e práticas de produção em busca de sobrevivência e de adequação ao contexto social. Dessa forma, os sistemas alimentares foram se transformando em conjunto com as sociedades na medida em que as pessoas, os processos sociais, políticos e econômicos se modificaram. Nesse contexto é possível observar uma mudança expressiva no que diz respeito, principalmente, às transformações estruturais em termos de produção, distribuição e consumo da comida.

À luz dessas interpretações, a Figura 2, abaixo, apresenta algumas variáveis que compõem e norteiam os sistemas alimentares. Observa-se que o ponto central da figura corresponde aos alimentos e, em torno deles, encontram-se variáveis distintas, as quais movimentam os processos sociais e as atividades que se interligam e se conectam a um conjunto de ações variadas, como as de produção, comercialização, processamento, segurança dos alimentos, regulamentação, fornecimento e consumo ou, ainda, de atividades mais estratégicas como as de acesso à comida e à logística, seja promovendo a aproximação das populações aos alimentos ou garantindo a gestão dos resíduos (SCHNEIDER; SCHUBERT; ESCHER, 2016).

Figura 2: ‘Modelo’ teórico dos sistemas alimentares contemporâneos.



Fonte: Construído a partir da interpretação de Friedmann, McMichael (1989) e Ploeg (2008).

Ao observar a Figura 2, é possível compreender que os sistemas alimentares correspondem a uma cadeia de atividades da produção ao consumo, com ênfase particular no processamento e comercialização de alimentos e nas múltiplas transformações que essas atividades implicam sobre eles. Nesse sentido, Ericksen (2007) discorre quatro conjuntos principais de atividades desenvolvidas pelos sistemas alimentares. A primeira trata-se das atividades que envolvem a produção de alimentos, que variam do processo de obtenção de insumos como a terra e mão-de-obra, criação de animais, plantio de culturas ou obtenção de gado, até a colheita ou o abate dos animais. Nesse sentido, diferentes fatores podem influenciar essas atividades, condições climáticas, a posse de terras, preço dos insumos, tecnologia agrícola e provisões de subsídios governamentais destinados a proteger ou promover a produção.

Uma segunda atividade é o processamento e embalagem as quais incluem-se várias transformações nos alimentos ainda crus (frutas, verduras, animais), antes de serem enviados para o mercado de varejo para venda. Segundo a autora, todas essas atividades adicionam valor à matéria-prima em um sentido econômico, mas também acabam por alterar significativamente a aparência, o tempo de armazenamento, o valor nutricional e o conteúdo dos alimentos. A terceira atividade é a distribuição e comercialização de alimentos que envolve todas as atividades de transporte e alteração da comida de um espaço ao outro. A distribuição é fortemente influenciada pela infraestrutura de transporte, regulamentos comerciais, programas de transferência governamentais e requisitos de armazenamento. Nesse

caso, o varejo é também influenciado pela forma como os mercados são organizados, pela publicidade ou pela possibilidade de nichos em que os produtos possam se encaixar.

A quarta atividade proposta por Ericksen (2007) é o consumo alimentar que envolve diretamente a relação com os consumidores de alimentos. Nesse sentido, verifica-se fatores complexos como a decisão dos consumidores sobre a seleção, o preparo, as preferências e as formas de ingestão da alimentação. Além disso, os preços são aspectos fundamentais a serem considerados, assim como os níveis de renda da população, aspectos de saudabilidade e os fatores atrelados a tradições culturais e valores sociais.

Tendo em vista a Figura 2 e as principais atividades desenvolvidas pelos sistemas alimentares, pode-se inferir que se tratam de conexões que envolvem diversos atores e uma ampla gama de interações sociais, ambientais e políticas, que vão desde o comércio, a agricultura, a saúde pública, a assuntos como a segurança alimentar e nutricional. Além disso, são condicionados por três conjuntos de atores sociais principais, dos quais fazem parte os ‘impérios alimentares’, o Estado e os atores sociais. Esses três níveis analíticos e de estruturação das práticas em torno da alimentação são compreendidos, nesse estudo, como parte de uma dinâmica que influencia diretamente tendências mundiais de produção, comércio, distribuição e consumo dos alimentos.

Ploeg (2008, p. 279) utiliza a abordagem dos ‘impérios alimentares’ para conceituar as grandes empresas de processamento e comercialização que atuam em escala mundial. Segundo o autor ‘o império é, acima de tudo, um conjunto complexo, multifacetado e em expansão cada vez mais monopolista de ligações (ou seja, é uma rede coercitiva) que coloca processos, lugares, pessoas e produtos em contato de forma específica’. A partir de um modelo que tende a tornar-se dominante, incorporam todos os elos da cadeia produtiva até o consumo final, a fim de centralizar o controle sobre grandes extensões de terra, de trabalho e capital. Trata-se, portanto, de grupos industriais, redes varejistas, oligopólios, monopólios, atacados, mecanismos estatais, entre outros, que exercem poder sobre a economia e a natureza ditando regras e, conseqüentemente, influenciando tendências de consumo.

O Estado ocupa um papel importante nesse contexto, atuando tanto na intervenção quanto na regulação dos sistemas alimentares em nível regional, estadual e nacional. As compras públicas para programas governamentais são um exemplo da intervenção do Estado no sentido de encurtar a cadeia de circulação dos alimentos, incentivar a produção local, apoiar a agroecologia e possibilitar a concessão de crédito e assistência técnica no campo. No Brasil, são exemplos da ação pública, a criação do Programa de Aquisição de Alimentos

(PAA) e do Programa de Alimentação Escolar (PNAE)⁸, ambos pautados nos princípios da Segurança Alimentar e Nutricional (SAN). No sentido da regulação, é possível relacionar políticas de controle e normatização do uso de agroquímicos ou de ações voltadas à saúde alimentar e nutricional coletiva, bem como incentivar o sistema de rotulagens e armazenamento de alimentos (TRICHES; SCHNEIDER, 2010).

Entretanto, apesar do Estado ser um forte regulador e condicionador desses sistemas, definindo, por meio de suas políticas e programas, modelos de abastecimento e distribuição, muitas vezes, encontra-se fragilizado diante das ações dos impérios alimentares (LANG, 2009). Explica Arnaiz (2005) que o cenário alimentar contemporâneo inclina-se cada vez mais às exigências dos ciclos econômicos, a intensificação da produção agrícola e a orientação da política de oferta e demanda de determinados alimentos, como no caso da soja e da carne bovina, em que o Brasil se destaca como exportador. Nesse caso, as empresas multinacionais e os grupos econômicos que atuam a nível global na ampliação e na internacionalização da alimentação, por diversas vezes, exercem seu poder sobre o Estado.

Nesse sentido, os consumidores são importantes atores sociais no movimento e contra movimento dos sistemas alimentares. Autores como Triches, Schneider (2014) e Portilho (2009) consideram que os consumidores são capazes de provocar mudanças fundamentais nesse cenário, reordenando ou estruturando cadeias de abastecimento e fomento. Para Goodman (2002) e Goodman e Dupuis (2002), os consumidores possuem um papel preponderante na condução das indústrias e do varejo alimentar a partir de suas escolhas para consumo. Um exemplo disso são os movimentos de economia solidária, comércio justo, grupos de consumo responsável e *slow food*⁹ que se destacam por ações estratégicas na construção de mercados (PORTILHO, 2009).

Na perspectiva de Sambuichi et al. (2014), o Estado é considerado o consumidor mais ativo do mercado, dotado de grande poder de compra através de aquisições públicas. Estima-se que o consumo governamental de bens e serviços esteja em torno de 10% a 30% do

⁸ PAA e PNAE são dois programas federais de compras públicas que incentivam a aquisição de alimentos agroecológicos e orgânicos diretamente dos agricultores familiares. O PAA foi criado em 2003 como uma das ações estruturantes do Programa Fome Zero, que tinha como objetivo aliar ações políticas agrícolas voltadas à agricultura familiar à política de Segurança Alimentar e Nutricional. O PNAE, embora existente desde a década de 1950, passou em 2009 a ter a obrigatoriedade de comprar 30% de produtos da agricultura familiar para compor a merenda escolar (SAMBUICHI et al., 2014).

⁹ Em uma tradução literal *slow food* significa ‘comida sem pressa’, enfatizando a desaceleração dos ritmos de vida, o prazer pela degustação dos alimentos e o convívio entre as pessoas. É um movimento de pessoas engajadas que buscam uma alimentação saudável e consciente a partir de valores como o alimento bom, limpo e justo. Possui caráter de ação política mundial, propondo repensar novas formas de alimentação, valorizando as experiências locais e o respeito à biodiversidade, tanto das questões históricas como pelos diferentes modos de produção artesanal (MARTINS; OLIVEIRA; CUERVO, 2016).

produto interno bruto (PIB) de um país, uma parcela considerável da economia. Desse modo, os governos podem atuar tanto para ajustar falhas de produção por meio de processos produtivos mais sustentáveis, quanto no consumo, ao optarem por compras com menor impacto ambiental. Pode-se citar como exemplo novamente as ações públicas voltadas aos programas PAA e PNAE, experiências importantes de compras públicas relativas à alimentação. Nesse caso, o Estado enquanto consumidor passa a fomentar a produção de alimentos oriundos da agricultura familiar ao mesmo tempo em que impulsiona o consumo local.

Vale ressaltar, contudo, que a elaboração de políticas públicas é resultado da correlação de forças entre instituições que são ou representam interesses de classes, as quais defendem seus respectivos modelos de desenvolvimento. Nesse sentido, a influência de instituições e organizações da sociedade civil determinam os rumos das políticas de governos e das políticas de Estado. As políticas de desenvolvimento para o campo são exemplos deste processo. Nos governos militares de 1964 a 1984, por exemplo, seus planos de desenvolvimento para a agricultura foram elaborados a partir dos interesses das corporações capitalistas e do latifúndio. Nos governos neoliberais da década de 1990, as corporações revigoraram-se em lobbies e mantiveram forte influência na determinação das políticas e nos modelos de desenvolvimento. Contraditoriamente, ao defender o Estado mínimo criou-se, ao mesmo tempo, tanto políticas de precarização quanto condições políticas para os movimentos camponeses se manifestarem e reivindicarem outras políticas de desenvolvimento (FERNANDES, 2015).

Estas ações criaram um novo cenário das disputas políticas sobre os modelos de desenvolvimento no País e especialmente para o desenvolvimento rural. Nas últimas décadas, mais precisamente nos governos de esquerda em 2001, os movimentos camponeses, Via Campesina, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Movimento das Mulheres Camponesas (MMC) e Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG) entre outros, conseguiram influenciar mais a elaboração de políticas de desenvolvimento para a agricultura familiar, alimentação, pecuária, educação e saúde, consumo local etc., formando um conjunto de políticas de desenvolvimento territorial e possibilitando a criação de programas como o PAA e PNAE (FERNANDES, 2015).

Friedmann e McMichael (1989) analisam tais sistemas à luz da teoria dos regimes alimentares, a qual propõe a existência de uma lógica política e econômica global na dinâmica da agricultura na evolução do capitalismo. Para os autores os regimes alimentares correspondem a regras e normas que regulam a produção e a distribuição de alimentos por

meio de relações sistêmicas entre as dietas e os fenômenos econômicos, sociais, políticos e sustentáveis. Seu conceito é, sobretudo, uma proposta metodológica para análise dos sistemas alimentares, os quais incluem a existência de atores sociais, como os Estados, as empresas, as corporações, os movimentos sociais, os consumidores e os cientistas. Embora ainda existam limites nas análises empregadas por essa teoria, uma vez que seu enfoque está situado particularmente na produção e distribuição de alimentos, esses estudos interpretam como o modo de produção capitalista se estruturou para utilizar a comida como forma de controle político da população geral (TANAKA; PORTILHO, 2018). Dessa forma, os autores identificam três regimes, cada qual em um período da história na qual antigas regras e relações articulam-se a categorias sociais emergentes.

O primeiro regime alimentar (1870 – 1930) é denominado de regime Colonial e caracterizou-se pela expansão colonialista do século XIX na busca por novas colônias, com foco na produção de matérias-primas para as indústrias na Europa. Nesse contexto, a integração comercial e político-institucional entre as metrópoles europeias e suas colônias ocorria sob o comando da hegemonia britânica. Segundo McMichael (2009), esse período combinou a importação pela Inglaterra de grãos, especialmente trigo, e animais para o desenvolvimento da atividade pecuária, visando o abastecimento e a alimentação da classe trabalhadora emergente. Nesse período, o mundo passou pela sua primeira grande crise, a chamada ‘Grande Depressão’, pois enquanto os estoques de trigo estavam elevados e enfrentavam graves problemas comerciais, populações conviviam com a escassez de alimentos e a fome.

Nesse contexto, os sistemas alimentares eram condicionados basicamente pelos impérios coloniais que detinham, em grande parte, o controle sobre a produção, distribuição e movimentação dos alimentos. Os sistemas de produção nas colônias ocorriam por meio da produção de monoculturas, como café, cana de açúcar, milho, cacau, exportadas para as metrópoles. Dessa forma, a produção colonial passou a concorrer com produtos produzidos em grande escala por trabalho assalariado, ocasionando em parte a substituição de alimentos locais por alimentos exportados de outras regiões. As matérias-primas passaram a circular entre as nações por meio de um mesmo sistema unificado e de um mercado com preço regulamentado¹⁰ (FRIEDMANN, 1993).

¹⁰ No entanto, há de se questionar sobre as promessas da Revolução Verde no sentido de acabar com a fome ao ofertar alimentos baratos. Visto que essa se tratou muito mais de um movimento de mercantilização de seus processos, sustentada por uma lógica de ampliação do capital e de transformação dos alimentos em mercadorias.

O segundo regime (1930-1970), também conhecido como ‘fordista’, seria estabilizado pela forte presença do Estado na economia, com centralidade nos Estados Unidos (EUA), regulando as regras de importação e exportação com proteção do mercado interno e apoio do Banco Mundial para estímulo ao desenvolvimento agrícola de países do Terceiro Mundo e incentivo à industrialização. Desenvolveram-se tecnologias patrocinadas pelo Estado, com o intuito de garantir o crescimento da produção de alimentos baratos para alimentar a força de trabalho industrial. O desenvolvimento da indústria americana e a forte presença de companhias processadoras nos setores agrícolas possibilitaram a expansão de um modelo superintensivo de produção, conduzindo a uma reconfiguração desigual do cenário agrário¹¹ (FRIEDMANN; MCMICHAEL, 1989).

Segundo Friedmann (2005), nesse período, os EUA tornaram-se uma potência exportadora, enquanto muitos países foram convertidos de autossuficientes em importadores de alimentos. As barreiras comerciais foram reduzidas, enquanto as políticas de desenvolvimento da agricultura e estímulo à produção se multiplicaram em busca da modernização do setor. Tal dinâmica esteve pautada na intensificação industrial, no comércio internacional, na ampliação de programas de crédito rural e estímulo ao setor de insumos e fatores de produção, como de tratores, fertilizantes e pesticidas.

A agricultura se tornou mais integrada com a indústria perdendo, de certo modo, sua caracterização no âmbito da produção local e de pequena escala. As modificações nas formas de produzir os alimentos favoreceram as mudanças na alimentação, implicações no meio ambiente e alterações nos modos de produção dos agricultores. Nesse sentido, ocorreu o processamento em grande escala, a produção tornou-se mais homogeneizada e uniforme e a logística e mercantilização permitiram o deslocamento dos alimentos por meio de novas tecnologias de conservação química (PORTILHO, CASTAÑEDA, CASTRO, 2011; PLOEG, 2008). A partir disso, surge o conceito de ‘modernidade alimentar’ e com ele os resultados de um diversificado conjunto de fenômenos sociais e econômicos, como a industrialização em larga escala, o esvaziamento dos espaços rurais para as cidades e a inserção das mulheres no mercado de trabalho (POULAIN, 2013). No que se refere a inserção das mulheres no mercado de trabalho, há de se ponderar que essas, diz respeito a trabalhadoras, em sua grande maioria, brancas, qualificadas e de classe média e alta, visto que as mulheres negras, operárias e em

¹¹ PAA e PNAE são dois programas federais de compras públicas que incentivam a aquisição de alimentos agroecológicos e orgânicos diretamente dos agricultores familiares. O PAA foi criado em 2003 como uma das ações estruturantes do Programa Fome Zero, que tinha como objetivo aliar ações políticas agrícolas voltadas à agricultura familiar à política de Segurança Alimentar e Nutricional. O PNAE, embora existente desde a década de 1950, passou em 2009 a ter a obrigatoriedade de comprar 30% de produtos da agricultura familiar para compor a merenda escolar (SAMBUICHI et al., 2014).

situações mais vulneráveis social e economicamente, já ocupavam o trabalho assalariado, em termos de trabalho doméstico para outras mulheres (HIRATA; KERGOAT, 2017).

Nesse período, o espaço da cozinha e a atividade de cozinhar, reservada, sobretudo, às mulheres, sofreram ressignificações e passaram a operar em esferas comerciais (PERINI; GUIVANT, 2017). A distância entre o local de moradia e do trabalho se tornou maior, como a rigidez nos horários dos trabalhadores, tornando o hábito de realizar refeições rápidas e fora de casa uma necessidade crescente. Nesse contexto, o modelo de produção industrial encontrou grande oportunidade para ampliar-se em diferentes espaços. As comidas enlatadas, aquecidas na própria lata e consumidas nos locais de trabalho, eram uma das tendências da época (ALBALA, 2017). Outra tendência era a dos serviços de *fast-food*, associados ao que existia de ‘mais moderno’ naquele período, consumidos de forma prática tanto no ambiente doméstico como fora dele (BLEIL, 1998).

O terceiro regime alimentar, também chamado de ‘liberal produtivista’, é marcado por um período em transição, quando as tensões ainda não estariam estabilizadas, impedindo a caracterização de um novo regime. Teria iniciado ao final da década de 1980 e estaria vigente até o momento atual, apoiado pela globalização financeira no âmbito da produção, tornando os capitais dos sistemas alimentares livres das regulações e da participação dos Estados nacionais. Como consequência desse processo, a baixa intervenção estatal possibilitou um ambiente de extremo protecionismo econômico e de maiores facilidades para que corporações transnacionais passassem a dominar o cenário alimentar mundial (FRIEDMANN, 2000).

Dessa maneira, o terceiro regime é marcado pela centralidade que o comércio e a distribuição de alimentos industrializados têm desempenhado sobre os sistemas alimentares. A livre circulação de capitais possibilitou a expansão do número de monopólios e oligopólios a nível mundial, permitindo-lhes liderar as decisões de grande parte da indústria e da agricultura, como também dos canais de distribuição do comércio varejista. A partir de um processo que ficou conhecido como a ‘revolução dos supermercados’, as grandes redes passaram a integrar verticalmente toda a cadeia alimentar, incorporando todos os elos da produção, da distribuição e do consumo final dos alimentos (SCHNEIDER; SCHUBERT; ESCHER, 2016).

Um estudo realizado pela *Agrifood Atlas* (2017) revelou que na lista das 500 maiores empresas do mundo por volume de negócios, grande parte é do setor de agricultura e alimentação. Segundo o estudo, a tendência continua em direção a uma maior concentração de poder desse segmento, apoiada por estratégias como a do casamento corporativo entre empresas. Exemplos disso são as fusões recentes entre corporações, como *Monsanto* e *Bayer*,

do setor de sementes e pesticidas; *Kraft* e *Heinz*, processadoras de alimentos; *Dow* e *DuPont*, do setor de matérias-primas agrícolas. A partir desses casamentos corporativos, passaram a unir forças e ocuparam fatias de mercado ainda maiores, expulsando camponeses e pequenos agricultores de seus territórios, ficando sob seus domínios grande parcela da terra, do trabalho, da indústria e do capital.

Entre as problemáticas dessa concentração de poder está a de que um número reduzido de empresas compete para controlar aquilo que se come em grande parte do mundo, o que, além de causar a diminuição do número de iniciativas locais, como a das agroindústrias familiares e feiras de alimentos, tem implicado o aumento das desigualdades (WILKINSON, 2002). Conforme a *Oxfam* Brasil (2017), atualmente em todo o mundo, oito pessoas detêm o mesmo patrimônio que a metade mais pobre da população. No Brasil, somente seis pessoas possuem riqueza equivalente ao patrimônio dos 100 milhões de brasileiros mais pobres. Segundo o estudo, a desigualdade e a pobreza são, antes de mais nada, produto de escolhas políticas injustas que refletem a distribuição desigual de poder e renda nas sociedades. De um lado, as grandes empresas do agronegócio, fabricantes e redes de supermercados; do outro, os atores sociais mais fragilizados, como os camponeses, agricultores familiares, trabalhadores agrícolas e consumidores.

As megafusões entre empresas também têm sido apontadas como a causa da redução e do desaparecimento da biodiversidade alimentar. Atualmente, são poucas as espécies que alimentam a maior parte da população mundial, restringindo o consumo basicamente a milho e a soja¹². Em função disso, a alimentação tem sido influenciada cada vez mais por tendências padronizadas, com excesso de conservantes, sal, açúcar, gorduras e propriedades organolépticas inferiores, tornando restrito o consumo de populações que não têm acesso à diversidade de outros alimentos (AGRIFOODATLAS, 2017).

Esse regime também é caracterizado pela introdução intensiva de tecnologias e de componentes químicos na agricultura a fim de potencializar a produção alimentar. Um exemplo disso são os Organismos Geneticamente Modificados (OGM's) ou transgênicos, que, por meio da transferência artificial de genes, modificam o sabor, a textura, o odor e a durabilidade dos alimentos (ALBALA, 2017). Além disso, a utilização indiscriminada de agrotóxicos e pesticidas na produção agrícola tem sido uma das problemáticas do atual regime. Diversos pesticidas de uso proibido, devido ao seu potencial tóxico, ainda são

¹² Em média, apenas 12 espécies de plantas representam mais de 80% do total mundial anual de todas as culturas do mundo moderno, são eles: os cereais trigo e milho; o legume soja; as raízes e tubérculos batata, mandioca e batata-doce; as fontes de açúcar cana e beterraba; e a fruta banana (BARBOSA, 2007).

utilizados em várias partes do mundo, sendo que o Brasil, em 2008, foi o maior consumidor de agrotóxicos do mundo. Para além das problemáticas na saúde humana, seu uso tem graves consequências para o meio ambiente, provocando desequilíbrios ambientais, intoxicação dos rios, das águas e perda da biodiversidade (GREENPEACE, 2017).

O uso intensivo de agrotóxico na produção agropecuária está cada vez mais associado aos problemas de saúde. De acordo com Caron (2017), as doenças ligadas à alimentação já são consideradas o principal problema de saúde pública no mundo. Em 2017, estimou-se que cerca de 2 bilhões de pessoas sofreram com carência alimentar, 800 milhões de fome e outras 2 bilhões de sobrepeso, das quais 600 milhões em situação de obesidade, o que indica, entre outras coisas, que, ao longo do processamento industrial e agroquímico, os alimentos tornaram-se deficientes em sua composição nutricional, perdendo grande parte de suas vitaminas e minerais essenciais para seu aporte nutritivo. Seja pela falta de alimentos ou pelo consumo excessivo de calorias, a fome que nunca deixou de ser uma preocupação, no atual regime alimentar caminha lado a lado com outras problemáticas, como o sobrepeso, a obesidade e doenças crônicas como a diabete e a hipertensão.

Outro fator de tensão no atual regime é a desconexão crescente entre a produção e o consumo da alimentação por conta do transporte de alimentos por longas cadeias de circulação. As longas distâncias percorridas pelos alimentos são marcadamente vinculadas às questões ambientais, responsáveis por aproximadamente 6% das emissões de gases de efeito estufa, implicando nas mudanças climáticas, no esgotamento dos combustíveis fósseis e na utilização indiscriminada dos recursos naturais (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017). Atrelado a esse processo está o desperdício de alimentos, apontado pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) (2011) como uma das principais problemáticas dos sistemas contemporâneos. Segundo a organização, um terço dos alimentos produzidos no mundo para consumo humano não são utilizados para este fim, representando cerca de 1,3 bilhões de toneladas de alimentos desperdiçados por ano. Os conflitos ambientais desse processo se relacionam a um alto volume de água, energia, terra e biodiversidade causando impacto em toda a cadeia produtiva. Além disso, verifica-se uma alta concentração de alimentos em algumas regiões do mundo, enquanto outras localidades convivem com a sua falta.

Nesse sentido, cabe destacar Maluf (2007) que argumenta que a fome, considerada um problema de caráter global, não está relacionada à falta de produção alimentar nem tão pouco a incapacidade técnica de produzir. Para o autor, a fome, é, principalmente, uma problemática de ordem das desigualdades sociais e econômicas, atrelada, sobretudo, aos

desequilíbrios de *commodities*, uma consequência dos processos de logística e de lutas por poder entre grupos econômicos. Tal enfoque prioriza o desenvolvimento dos sistemas alimentares em seus aspectos multidisciplinares a partir de uma abordagem de qualidade da alimentação, do acesso físico a alimentos saudáveis e da divisão justa e igualitária dos recursos naturais, sociais e econômicos.

Para Arnaiz (2005) apesar de o processo industrial ter possibilitado avanços positivos no contexto contemporâneo, permitindo maior oferta de alimentos a menor custo, as modificações alimentares ao longo desse processo contribuíram para formas intensas de desigualdade e de problemas na saúde dos consumidores. Explica Friedmann (2000; 2009) que, ao longo do tempo, o alimento perde sua identidade rural para se tornar produto da indústria, reproduzindo características originais e incorporando novas especificidades. Dessa forma, converte seu papel de um elemento compartilhado e vital da vida humana para transformar-se em instrumento estratégico de luta e poder entre megaindústrias, não somente de produtos, mas também de estímulos ao consumo (FONTENELLE, 2017).

Contudo, no campo das tensões do terceiro regime alimentar, McMichael (2009) aponta que, embora o modelo de desenvolvimento do agronegócio muitas vezes se apresente como totalidade, ele é de fato somente uma parte do processo de produção de alimentos. Na atual conjuntura, a agricultura camponesa continua sua jornada milenar na produção de alimentos saudáveis e associado a ela inclui-se o surgimento de diferentes movimentos e organizações baseadas na pequena produção de alimentos orgânicos, na democracia, na ecologia, na valorização da cultura e em novos paradigmas de qualidade inspirados por visões sociais alternativas. Segundo o autor, essas contradições fazem parte da historicidade dos regimes alimentares:

Assim como a dinâmica dos regimes anteriores eram centradas sobre as tensões entre princípios geopolíticos opostos: relações coloniais versus nacionais (1º regime); relações nacionais versus transnacionais (2º regime), para o 3º regime emergente, a contradição central parece ser entre a agricultura global, também chamada de ‘alimento de nenhum lugar’, e a agricultura local, baseada na agroecologia, também chama de ‘alimento de algum lugar’ (MCMICHAEL, 2009, p. 10).

Para McMichael (2012), as características do emergente regime incluem uma perspectiva mais democrática, autônoma e descentralizada da produção e do consumo de alimentos. Essa dinâmica ocorre mais pelo cálculo ecológico do que pelo econômico, significando, em grande medida, que a vida social pode ser reconstruída em torno de princípios alternativos que respeitem as relações com a natureza. Portilho (2005) verifica que

nesse período ocorre uma mudança nos princípios estruturantes e organizacionais das sociedades modernas. Segundo a autora, da mesma forma que a chamada modernização simples dissolveu, no século XIX, a sociedade agrária e criou a imagem da sociedade industrial, a modernização reflexiva dissolveria atualmente os contornos da sociedade industrial, fazendo surgir outra realidade, ainda em fase de compreensão, mas no qual o consumo seria um dos elementos centrais para esse entendimento.

3.2 O CONSUMO DE ALIMENTOS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: ESPAÇOS E TEMPOS DA ALIMENTAÇÃO

Desde meados do século XIX, a alimentação passa por grandes transformações que impactam as relações entre a produção e o consumo alimentar, distanciando essas duas esferas. Recorrendo a Giddens (1991), é possível associar esse cenário aos processos de modernização das sociedades, a partir do qual as relações, os modos de vida e os costumes se desvencilharam dos tipos tradicionais da ordem social e foram conduzidos a novos tempos e espaços. Nesse contexto, cabem questões relativas à alimentação, ao consumo e às práticas alimentares humanas que, para além de discursos ideológicos, econômicos e políticos, consideram, sobretudo, a difusão e o desenvolvimento intenso de tecnologias, produtos e serviços (BARBOSA, 2004).

A partir de uma abordagem histórica dos alimentos, Friedmann (1999) discorre sobre os fenômenos tradicionais e não tradicionais como fundamentais para a compreensão das modificações na alimentação. Apoiando-se na autora, o presente estudo considera o alimento tradicional e, por conseguinte, o consumo alimentar tradicional, todo aquele que possui uma raiz histórica, fundamentada nos costumes, na tradição e nos hábitos que se interligam diretamente a suas origens. Desse modo, Giddens (1991) explica que o tradicional possui uma continuidade entre passado, presente e futuro, assim, considerar uma alimentação como ‘não tradicional’, significa, por sua vez, que é aquela que não possui uma perspectiva histórica, direta e integral com suas origens, com o seu tempo e a sua espacialidade.

É possível dizer que, em relação ao consumo, esses processos influenciaram de forma significativa seu papel e sentido em grande parte das sociedades contemporâneas, contribuindo para formar o que se denomina atualmente de ‘consumo moderno’ e, tem-se, por conseguinte, o ‘consumidor moderno’ (FONTENELLE, 2017). De acordo com Goodman e Dupuis (2002), na década de 1980, ocorreu nas ciências sociais o chamado *consumption turn*, ou seja, um redirecionamento do interesse da teoria social para a esfera do consumo. As

análises ‘do’ e ‘sobre’ o consumo, apesar de ainda enfrentarem dificuldades de cunho epistemológico nas teorias sociais, principalmente no Brasil, a partir desse período ganham espaço como campo de investigação próprio, junto a outras dimensões sociais, como trabalho, produção, cidadania e religião. Dessa forma, o consumo deixa de ser considerado apenas um ‘fenômeno natural’ ou uma consequência dos processos produtivos para envolver questões importantes sobre seu papel no mundo contemporâneo (BARBOSA; CAMPBELL, 2006).

Nos termos de Bauman (2008), consumir é uma ação comum do ser humano, presente no comportamento de pessoas de diferentes tempos e espaços, de modo que todo e qualquer indivíduo é um consumidor ativo. Compreende uma atividade com o fim de atender a necessidades básicas ou supérfluas que tradicionalmente esteve associada à aquisição de algo ou ao esgotamento dos bens materiais da sociedade e do meio ambiente. Portilho (2005) argumenta, nesse sentido, que a abundância dos bens de consumo produzidos pelo sistema industrial é considerada, frequentemente, um símbolo da performance bem-sucedida das economias capitalistas modernas. Explica a autora que, entretanto, essa abundância passou a receber uma conotação negativa na contemporaneidade ao constituir-se como objeto de crítica dos que consideram o consumismo um dos principais problemas das sociedades industriais modernas.

Nesse contexto, ao longo do seu processo histórico, o consumo assume novas perspectivas, tornando-se um fenômeno social que transcende os limites de vários campos disciplinares, sobretudo pelo olhar sociológico, a partir do qual identidades, valores e ideologias passam a ser construídas e (re) produzidas¹³ (BARBOSA, 2016). Para Barbosa e Campbell (2006), na sociedade moderna, a prática material e materializada através dos bens de consumo enfatizam uma espécie de identidade imaginada que serve como objetivação de um determinado modo de ser e de estar no mundo. Por conseguinte, essa passa a ser incorporada via prática social traduzida em consumo pelos sujeitos que, assim, se reproduzem ao mesmo tempo em que produzem tais identidades. Elucidam os autores:

Consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentidos e de identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e identidade; e uma categoria

¹³ A dificuldade em definir consumo diz respeito ao âmbito das ciências sociais. Economistas e profissionais de *marketing* o definem de maneira mais explícita, como um processo individual, quantificável, de satisfação das necessidades. Para ambientalistas, é todo o ato em que acontece o uso de recursos ambientais, analisados com base nos limites ecológicos em relação ao crescimento econômico. (BARBOSA; CAMPBELL, 2006).

central na definição da sociedade contemporânea (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 26).

O consumo de alimentos é uma dimensão humana do consumo, cuja ação e processos tornam-se ainda mais complexos, abrindo oportunidades para refletir um conjunto variado de fatores. Poulain (2013) argumenta que, apesar do caráter cotidiano e repetitivo do ato de comer, não se pode resumir-lo apenas a um ato trivial. Os alimentos para serem consumidos precisam necessariamente ser incorporados pelo corpo físico através da ingestão, mas, também, por barreiras que transpassam esse mesmo corpo físico. Essa condição atribui aos alimentos uma característica particular quando comparados aos demais elementos de consumo, pois, segundo o autor, a incorporação da comida é uma ação que contribui à manutenção e à transformação do estado físico, contudo, está também vinculada diretamente a um plano simbólico.

Para Barbosa (2016), na contemporaneidade, a alimentação passou a exercer uma crescente complexidade nas práticas de consumo e nos modos pelos quais tais práticas, de maneira igualmente complexa, estão inscritas na vida cotidiana dos indivíduos. O prato de comida é hoje um ponto de convergência de questões nutricionais, políticas, ambientais, éticas, morais, ideológicas, simbólicas, identitárias e sociais que vão muito além das preferências individuais. Segundo a autora, à alimentação e ao comer foram dadas dimensões macropolíticas que predominantemente eram conferidas aos micropoderes do consumo doméstico, os quais se concentravam nas tensões familiares sobre o quê comer, as quantidades ideais e a quem cada tipo de alimento se destinava. Tal circunstância significa considerar que as escolhas sobre o comer passaram a exercer consequências diretas na esfera pública.

Dessa maneira, como parte das transformações do consumo alimentar, visualizam-se novas formas de preparação e circulação dos alimentos em conjunto com o desenvolvimento de novos hábitos alimentares. Atualmente, a situação alimentar e nutricional nacional e global é caracterizada de modo geral, por uma dupla carga de doenças, onde persistem situações relacionadas ao consumo insuficiente ou inadequado que geram diferentes carências nutricionais por um lado, e prevalências crescentes de obesidade e suas comorbidades por outro lado. Este quadro revela disfunções no sistema alimentar que oferta, dependendo da situação, alimentos em quantidade insuficiente ou de qualidade inadequada (OPAS, 2017).

Grande parte das determinações dessas problemáticas está associada à conformação do sistema alimentar, no que diz respeito ao abastecimento e acesso da população a alimentos saudáveis, e nos modos de consumo que privilegiam o consumo de produtos processados e ultraprocessados. Nesse sentido, os alimentos considerados tradicionais no cardápio brasileiro

como, por exemplo, arroz, feijão, mandioca e farinha, têm sido reduzidos do consumo para dar lugar a produtos de base industrial, com alta densidade energética e baixo valor nutricional na alimentação. A expansão desses produtos tem contribuído para o aumento da prevalência de excesso de peso e da obesidade, como também de doenças, tais como certos tipos de câncer e outras enfermidades crônicas (OPAS, 2017).

Fonseca et al. (2009) consideram que o comensal moderno passou a estar familiarizado com a produção industrial e tem apreciado sua regularidade e comodidade de uso, devido a um processo que tende a se padronizar, levando a uma ‘mundialização dos gostos’. Essa tese é defendida por Malassi (1973), ao constatar que as indústrias alimentícias, principalmente as oriundas dos Estados Unidos e da Europa, ao ofertarem uma gama de produtos idênticos para uma massa de pessoas, que os consumiriam passivamente em seus lares ou fora deles, induziriam uma pasteurização do gosto e dos costumes alimentares.

Nessa perspectiva, a indústria vem desenvolvendo uma série de alimentos voltados às diversas demandas existentes de consumidores, verificando-se principalmente como uma delas a redução do tempo alimentar. Podem-se mencionar como exemplo os produtos que oferecem praticidade e rapidez no manejo, a diminuição no tempo dedicado a seu preparo através de pratos prontos ou semiprontos e a utilização de embalagens que possibilitam o uso do forno micro-ondas (FONSECA, 2009). Fischler (1995) enfatiza que a alimentação contemporânea se converteu em uma indústria e que os alimentos consumidos estão cada vez mais transformados por ela. Consequentemente, as preparações culinárias se deslocam continuamente das fábricas para as cozinhas através de novos alimentos-serviços, liberando o consumidor da tarefa de cozinhar.

Segundo De Paula (2017), nos Estados Unidos, o consumo de gêneros alimentícios processados aumentou cinco vezes entre 1970 e 2010, representando mais de 60% em 2017. No Brasil, em 2008, esses produtos representavam cerca de 60% dos gastos com alimentação, quando o consumo de lanches em redes de *fast-food* aumentou de 3% para 13%. Na Índia, o mercado de produtos processados cresceu em torno de 20% ao ano, chegando a atingir mais de 500 milhões de pessoas. Segundo o autor, de modo geral, esse comportamento se estende a maior parte dos países, independentemente de seu grau de desenvolvimento e do poder de compra de suas populações.

Kearney (2010), em uma perspectiva mundial, afirma que estão ocorrendo mudanças nos modelos alimentares das sociedades tanto no sentido de alimentos básicos como para dietas mais diversificadas. Segundo o autor, nos últimos quarenta anos houve uma melhoria significativa no consumo de alimentos por pessoa, de quase 400 calorias por dia o que

aumentou de 2411 calorias, em 1971, para 2789 em 2001. Para o autor, essas mudanças seguem um caminho que envolve dois estágios principais; o primeiro, de expansão, em que a principal alteração é em termos de aumento do suprimento de energia, proveniente de alimentos mais baratos de origem vegetal; o segundo, de efeito de substituição, a partir de uma alteração no consumo de gêneros alimentícios sem alterações significativas no seu abastecimento energético, conseqüentemente, havendo um aumento do consumo de açúcares, sais, gorduras e carnes.

Ao fazer uma análise por grupos de alimentos, o autor observa que, os cereais foram considerados, em 2010, a fonte alimentar mais importante em quase todo o mundo, contribuindo para até 54% das calorias consumidas diariamente. A carne foi considerada o alimento central na maioria das refeições dos países desenvolvidos, a qual teve um aumento de cerca de 62% no consumo de países em desenvolvimento, entre eles o Brasil. Em relação aos ovos, leite e produtos lácteos em geral, a tendência é variável, indicando que o consumo de ovos tende a aumentar nos anos subsequentes enquanto o de leite, diminuir. O consumo de hortícolas, raízes, tubérculos, leguminosas e frutas apresentam uma diminuição nas tendências alimentares em todo o mundo, o que foi verificado também em relação as frutas e legumes, demonstrando níveis de consumo abaixo do recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Enquanto isso, óleos vegetais, gorduras animais e açúcares apresentam um crescimento do consumo em todas as regiões do mundo (três vezes mais em países em desenvolvimento e duas em industrializados). Explica Kearney (2010) que ao longo de aproximadamente quarenta anos, os países em desenvolvimento tiveram aumentos significativos no consumo de calorias provenientes da carne (119%), açúcar (127%) e óleos vegetais (199%). A China mostrou mudanças ainda maiores no consumo de calorias, especialmente nos óleos vegetais (680%), carne (349%) e açúcares (305%). Em países industrializados, o consumo de óleos vegetais teve um aumento em torno de 105% ao longo de quatro décadas. Em um panorama global, o autor discorre que as mudanças nos hábitos alimentares das populações tendem a ocorrer principalmente no sentido de trocar alimentos ricos em carboidratos (cereais, raízes, tubérculos) por óleos vegetais, produtos animais (carne e laticínios) e açúcares.

No Brasil, as tendências de consumo apresentam-se de forma semelhante a perspectiva mundial. Segundo dados da POF (2008-2009) verifica-se uma redução no consumo de cereais e tubérculos, uma propensão em substituir carboidratos por lipídios e de trocar proteína vegetal por animal. Em relação às gorduras, observa-se uma substituição

daquelas de origem animal para as de origem vegetal, por exemplo, a banha de porco dando lugar ao óleo de soja, a manteiga à margarina. Já no consumo de legumes, verduras e frutas constata-se uma redução da dieta, sendo que menos de 10% da população possui hábito de ingerir esses alimentos.

Conforme a POF (2008-2009), o consumo de leite, seus derivados e fibras também é observado em número abaixo do recomendado, mostrando inadequações na dieta do brasileiro em relação a ingestão de vitaminas e cálcio. Em contrapartida, o açúcar é um ingrediente cada vez mais presente nas refeições, o seu consumo havia se elevado para 61% da população investigada no período de análise. Junta-se a isso, o excesso de gordura saturada para 82% das pessoas, enquanto mais de 70% da população consome quantidades superiores ao valor tolerável de ingestão para o sódio.

Entre as questões abordadas pela modernidade alimentar, o ato de ‘comer fora’ é uma prática social relativamente nova no mundo ocidental. A frequência com que as pessoas têm se dirigido aos estabelecimentos comerciais, para fins de ingestão da comida produzida fora do ambiente doméstico, vem se ampliando significativamente no período histórico recente. Essa prática também pode ser observada enquanto um fenômeno ligado à reordenação do tempo e do espaço das refeições, o que no mundo moderno passou a exercer grande importância no cotidiano da vida social. Diante disso, comer fora do espaço doméstico pode significar tanto uma prática em relação às obrigações do dia a dia, em um contexto de urbanização crescente das sociedades, em razão de fatores atrelados ao trabalho, estudo e demais obrigações, quanto uma ação que envolve momentos eventuais de prazer, encontros e sociabilidades (SCHUBERT; SCHNEIDER, 2018).

Segundo a POF (2008-2009), a participação da alimentação fora de casa aumentou significativamente entre os anos de 2003 e 2009, em uma frequência de 25% em comparação aos dados do inquérito anterior (POF 2002 e 2003), chegando a 28% dos gastos totais com alimentação no último período. Conforme Schubert e Schneider (2018), em estudo comparativo entre Brasil, Reino Unido e Espanha, essas tendências são observadas tanto nos estratos de mais baixa renda quanto nos de alta renda, havendo uma propensão maior dos gastos conforme a elevação da renda dos consumidores. Nesse sentido, Bezerra et al. (2013) compreendem que os grupos de alimentos com maior predominância de consumo fora de casa são aqueles de alto conteúdo energético e pobre no sentido nutricional, entre os quais se verifica as bebidas alcoólicas, os salgadinhos fritos e assados, a pizza, os refrigerantes e sanduíches.

Proença (2010) argumenta que a própria concepção espacial da cozinha parece ter se alterado na modernidade, deixando de ser um espaço reservado apenas ao ambiente doméstico e destinado preferencialmente às mulheres, para se tornar um ambiente aberto à área social. Na modernidade as cozinhas são transferidas para fora dos lares, para ocupar lugar em restaurantes, bares e lanchonetes. Assim, essa deixou de ser caracterizada apenas como um espaço privado de preparação das refeições e se converteu em um espaço público também de consumo e sociabilidades. Como parte de sua transformação, o desenvolvimento de eletrodomésticos, como lava-louça, forno elétrico, *freezer*, micro-ondas, entre outros artefatos, facilitaram o trabalho doméstico e diminuíram o tempo dedicado a ela.

Na concepção de De Paula (2017), as mudanças no consumo alimentar é resultado das estratégias de ampliação dos espaços comerciais e de produtos criados pela indústria. Para o autor, salienta-se a agressividade mercantil e publicitária dessas empresas que se estendem a diferentes espaços da vida social, atingindo um grande número de consumidores ao redor do mundo. No Brasil, um exemplo disso são os supermercados flutuantes da Nestlé, navegando pelos igarapés da Amazônia para chegar até a população ribeirinha, distante dos hábitos de consumo prevalecente nos centros urbanos. Além disso, segundo o autor, comunidades rurais de agricultores familiares, que até pouco tempo produziam seu próprio sustento, estão adquirindo, cada vez mais, em maior quantidade, alimentos industriais.

Segundo Poulain (2013), essa situação resulta, em grande parte, do fenômeno da globalização na esfera alimentar, cujo desenvolvimento industrial afeta substancialmente a produção, conservação, distribuição e transformação dos gêneros alimentícios. A industrialização, nesse sentido, passou a ocupar lugar entre o alimento e a natureza, interferindo tanto na produção dos alimentos como também na culinária. Dessa forma, a produção e o consumo alimentar moderno estão cada vez mais desenraizados dos seus espaços geográficos, ultrapassando também os limites climáticos aos quais tradicionalmente eram associados.

Giddens (1991) argumenta que uma das marcas mais evidentes da modernidade é o processo de distanciamento humano das relações sociais com a natureza. A distância no tempo e no espaço dessas relações trouxe, segundo o autor, uma condição substancial ao separar as interações entre ausentes, rompendo com a ideia de localidade. Explica o autor que os locais na vida social moderna são, conseqüentemente, moldados em termos de influências sociais bem distantes deles, sendo que a estrutura do local não é apenas o que está presente na cena, mas também o que está oculto em relações distantes que determinam sua natureza, em um processo ao qual o autor denomina de *desençaixe*.

Em relação à alimentação, essa possibilidade de deslocamento fica evidente quando os alimentos passam a ser produzidos distantes de seus locais de origem, fora da estação do ano ou longe das interações humanas. Nesse contexto, o processo de industrialização pode ser compreendido como uma ferramenta de desencaixe, na medida em que distancia os alimentos daqueles que o produzem e o consomem. Dessa forma, quando o homem deixou de produzir seu próprio alimento, sendo ele também o responsável pelos processos de transformação e distribuição, fizeram-se presentes na vida moderna formas de assegurar a qualidade aquilo que se come (FRIEDMANN, 2000).

À luz de Giddens (1991), é nesse contexto que a mediação entre as relações passa a ser confiada exclusivamente à ciência, por meio de mecanismos de desencaixe que são denominados de sistemas peritos e fichas simbólicas. Por sistemas peritos entende-se os sistemas de excelência ou competência técnica e profissional que organizam as áreas do ambiente material e social na qual a sociedade está inserida, removendo as relações sociais das imediações. Na alimentação, isso pode ser entendido como o conjunto de profissionais, como agrônomos, químicos de alimentos, engenheiros, nutricionistas e demais profissionais peritos, sobre os quais recaem a produção do conhecimento técnico. Sistemas peritos podem ser ainda os sistemas de legislação alimentar, de controle de qualidade e certificação, que tem por objetivo fornecer garantias ao consumidor quanto aos processos de fabricação, distribuição e qualidade dos alimentos antes de serem consumidos.

As fichas simbólicas significam meios de intercâmbio que podem ser movimentadas sem necessariamente ter as características específicas dos indivíduos ou grupos que lidam com elas em qualquer conjuntura particular. O dinheiro é um exemplo de ficha simbólica que, associado à modernidade, permite a realização de transações entre pessoas amplamente separadas no tempo e no espaço. Nessa perspectiva, o dinheiro é uma forma de adiantamento, proporcionando os meios de conectar crédito e dívida em condições em que a troca imediata de produtos é impossível. Dessa forma, tornou-se fundamental para a atividade econômica moderna, possibilitando a troca de qualquer mercadoria, inclusive dos alimentos, a partir do desencaixe tempo-espaço (GIDDENS, 1991).

Os rótulos dos alimentos são outro exemplo de fichas simbólicas que objetivam trazer informações ao consumidor, nesse caso, quanto aos ingredientes utilizados na composição, a data de fabricação, a de validade e os demais dados nutricionais com o propósito de auxiliar o consumidor no esclarecimento de dúvidas sobre aquilo que irá ingerir. Servem ainda para diferenciar tipos ou categorias de alimentos, como orgânicos, sustentáveis, *light* e *diet* ou aqueles produzidos por grupos específicos, como o grupo da agricultura

familiar. Proença (2010) observa, contudo, que os sistemas de rotulagens, muitas vezes, podem causar estranhamento para os consumidores na medida em que dificultam o reconhecimento dos ingredientes utilizados na manipulação e no preparo dos alimentos.

Essa discussão vem sendo realizada no Brasil com o propósito de definir novos padrões de rotulagem, que informem de maneira simples e compreensível os ingredientes utilizados na composição dos alimentos. Em 2014, a Agência de Vigilância Sanitária (ANVISA) instituiu um grupo de trabalho sobre Rotulagem Nutricional com a participação de diversos setores da sociedade civil e o objetivo de auxiliar na identificação de problemas relacionados à transmissão de informações e de alternativas para a rotulagem alimentar. As discussões concentram-se em torno de três modelos de rotulagem: um sugerido pelo Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC); outro pela indústria alimentícia, representada pelo Conselho Nacional da Indústria (CNI) e pela Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (ABIA); e um terceiro pela Associação Brasileira de Nutrologia. O intuito dessa rotulagem é comunicar aos consumidores de forma clara os principais atributos nutricionais dos alimentos, alertando através dos rótulos, por exemplo, o excesso de sal, açúcar e gorduras saturadas¹⁴, possibilitando-lhes fazer escolhas de modo mais consciente (ANVISA, 2018).

Nas reflexões de Giddens (1991), tanto as fichas simbólicas como os sistemas peritos são sistemas de descaixe que dependem, sobretudo, da confiança. Na modernidade, a confiança assume um papel fundamental e passa a estar revestida de capacidades não individuais, mas abstraídas, enquanto um tipo específico de crença que se relaciona à ausência do tempo e do espaço nas interações. Conforme o autor, na sociedade globalizada, torna-se cada vez mais significativa para o grau em que emergem as relações sociais uma ‘confiança ativa’, ou seja, uma ‘confiança que deve ser tratada e mantida com energia, que está na origem das novas formas de solidariedade social, em contextos que variam desde os laços pessoais íntimos até os sistemas globais de interação’ (GIDDENS; BECK; SCOTT, 1997, p. 221).

Na modernidade alimentar, o papel da confiança pode ser expresso quando os alimentos consumidos são totalmente confiados a um sistema de relações e conhecimentos técnicos desconhecidos, mas que servem de forma abstrata para reduzir ou minimizar os perigos no seu consumo. Nesse caso, pode-se compreender a segurança como uma condição na qual um conjunto específico de perigos está neutralizado ou minimizado. Conforme

¹⁴ Existe ainda uma polêmica discussão a respeito do Projeto de Lei que favorece a retirada do triângulo amarelo com a letra ‘T’ dos rótulos de alimentos que contêm produtos transgênicos, a qual a Comissão do Meio Ambiente do Senado Federal votou a favor.

Giddens (1991), a confiança é a crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema, considerando um conjunto de resultados ou eventos, em que a crença manifesta-se numa fé na integridade ou na correção de princípios abstratos (conhecimento técnico).

Ainda segundo Giddens (1991), os modos de vida produzidos pela modernidade promovem fenômenos de duas vertentes. Um deles é o de que a modernidade criou oportunidades que possibilitam aos seres humanos usufruir de sua existência de forma mais segura e gratificante do que outro tipo de sistema pré-moderno. Isso porque a vida social moderna tornou-se mais reflexiva (autorreflexiva), baseada na confiança nos sistemas peritos, nas fichas simbólicas e nas tecnologias. O outro fenômeno é o de que a modernidade também apresenta seu ‘lado sombrio’, no sentido das incertezas e inseguranças causadas por seus processos e fenômenos produzidos. As instituições sociais modernas e sua difusão em escala mundial contribuíram, portanto, para avançar em um cenário de incertezas complexas que se manifestam em diferentes contextos da vida cotidiana, como no caso do consumo de alimentos.

Para Giddens (1991) e Beck (2011), essa relação se deve ao fato de que as sociedades enfrentam problemas que têm múltiplas facetas e elevados níveis de complexidade, sendo que o risco pressupõe o perigo, compreendido como uma ameaça aos resultados desejados. Segundo os autores, a constatação da insegurança e do risco não são características exclusivas da modernidade, entretanto, o risco fabricado por ela tende a produzir um cenário de incertezas aceleradas, muitas vezes, por meio de inovações tecnológicas e respostas sociais que representam um estado de descontrole social. As consequências dos riscos e perigos que têm sua origem na modernidade, os quais são ocasionados pelos próprios indivíduos e, por conseguinte, por eles mesmos autoconfrontados, caracterizam a sociedade de risco. Para os autores, a sociedade moderna estaria sofrendo distintos aspectos de incerteza e desconfiança quanto ao sistema no qual se encontra e isso fica evidente pela sensação de desorientação, provocada por um conjunto de eventos que dificultam as escolhas em relação a própria alimentação.

Conforme Giddens (2005; 2002), viver numa ‘sociedade de risco’ significa viver com uma atitude calculista em relação às possibilidades de ação, positivas e negativas, continuamente confrontadas em uma perspectiva tanto individual como global. Nesse sentido, é possível conceituar dois tipos de riscos, os externos e os produzidos ou fabricados. Os riscos externos são aqueles vindo de fora, das fixidades da tradição ou da natureza, não estando relacionados às ações humanas tampouco ao seu controle, como, por exemplo, é possível citar as secas, os terremotos e as tempestades. Já o risco produzido é entendido como aquele criado

pelo próprio impacto do conhecimento humano e da tecnologia sobre o mundo natural, sobre cujas problemáticas e situações ainda se têm pouca experiência histórica.

Quanto às questões alimentares, pode-se dizer que os riscos produzidos passaram a ser enfatizados de forma mais evidente após crises alimentares em diferentes partes do mundo. Na Europa, as crises alimentares são polêmicas desde os anos 1970 com a utilização de hormônios na produção de carnes e as contaminações por nitrato, salmonela ou a listeriose. Contudo, sua intensidade ocorreu por volta de 1996, nos primeiros casos da doença da ‘vaca louca’ e da contaminação por dioxina, em 1999, dos alimentos transgênicos (KRONE; MENASCHE, 2012). No Brasil, essas crises alimentares ocorreram principalmente em condições de adulteração do leite e do escândalo da ‘carne fraca’, demonstrando os riscos produzidos por um sistema alimentar moderno com múltiplas consequências, por vezes divergentes (SCHNEIDER; SCHUBERT; ESCHER, 2016).

Segundo Giddens (1991), nesse cenário a reflexividade assume um papel fundamental na vida moderna, de modo que ela é posta na própria base de reprodução do sistema, na qual o pensamento e a ação humana são constantes entre si. A modernização reflexiva é um conceito segundo o qual se propõe a contestação dos pilares da sociedade industrial, colocando em discussão a reflexão sobre a natureza da própria reflexão. Não obstante, os indivíduos modernos são tomados pela necessidade de lidar com a fragmentação e a complexidade da vida cotidiana e, a partir disso, tornam-se gestores de riscos reflexivos.

Para Portilho (2005, p. 69) ‘a modernização reflexiva reage a diferentes circunstâncias, tendo sua origem nas profundas mudanças sociais causadas com o impacto da globalização, das mudanças na vida pessoal e cotidiana e do surgimento de uma ordem pós-tradicional’. Nesse sentido, a sociedade passa a questionar suas próprias premissas, na medida em que os resultados da ação humana sobre a natureza e a vida social levam ao risco ou ao estado de incertezas. Para Beck (2011), a reflexividade no processo de modernização, não se refere apenas ao desenvolvimento e emprego de novas formas de suprir carências, mas pela ação política e científica no controle e manejo dos riscos, principalmente, na articulação coletiva dos atores, na participação social e no posicionamento crítico frente à esfera política.

Em contextos pós-tradicionais, as influências globalizantes se conectam profundamente no projeto reflexivo do eu e, inversamente, onde os processos de autorrealização influenciam as estratégias globais (GIDDENS, 1991, 2002). Nesse caso, a vida privada torna-se o lócus de novos conflitos políticos em que o aspecto politizador está no fato de os comportamentos individuais se interrelacionarem aos problemas globais. Em resposta a esse cenário, os consumidores tendem a se tornar mais exigentes e reflexivos em

relação aos próprios hábitos e práticas de consumo, pois os perigos passam a estar cada vez mais confrontados na esfera privada, identificados, interpretados e resolvidos pelos próprios indivíduos (PORTILHO, 2009).

Nesse sentido, o sistema hegemônico da industrialização do alimento e sua organização em impérios alimentares, passa a ser problematizado pela autoconfrontação dos consumidores com os danos causados na saúde humana e no ambiente. Portanto, a reflexividade passa a alterar a segurança prescrita pelos sistemas peritos e pela ação política institucional, abrindo espaço para alternativas que emergem da ação política que pode conter a ampliação de espaços tradicionais de formas de participação na esfera pública e no repertório de ação política, abrangendo formas mais autônomas, menos hierárquicas e não institucionalizadas. Na alimentação, os contextos de descontinuidades promovidas pela modernização podem ser considerados expressivos em termos de ritmo de mudanças entre as quais as provocadas pela tecnologia, pela possibilidade de deslocamento dos alimentos em nível global e as fontes de energia. No entanto, nesse processo, também se observa continuidades de aspectos da tradição com as quais alimentos industrializados, dominados por impérios alimentares, se combinam com práticas tradicionais de preparo e composição dos cardápios (GIDDENS; BECK; SCOTT, 1997).

3.3 CONSTRUÇÃO SOCIOCULTURAL DA ALIMENTAÇÃO E DOS HÁBITOS ALIMENTARES

Se eu, como dona de casa, sirvo no jantar um frango assado orgânico regado com azeite de oliva, acompanhado de arroz com feijão (não orgânicos), de legumes e de uma salada, tudo comprado no supermercado e em uma feira de produtores locais, as escolhas que fiz para o meu cardápio, independentemente dos aplausos ou críticas domésticas a respeito do acerto das minhas escolhas, já envolveram e colidiram com questões relativas à saúde, ao meio ambiente, ao mau trato dos animais, à moralidade de se comer ou não carne, à mística que hoje envolve a cozinha mediterrânea, às práticas tradicionais e artesanais, à justiça social envolvida no comércio internacional e ao *agribusiness*, entre outras. (BARBOSA, 2016, p. 97).

À luz das considerações, acima feitas por Barbosa, na comida e no ato de comer estão presentes múltiplas dimensões que mobilizam desde aspectos nutricionais, simbólicos, sociais, históricos a políticos e ideológicos. Nesse sentido, comer não se constitui apenas em uma atividade objetiva (alimentar e nutrir), mas também é parte de uma ação impressa no que ele representa, pois, como enuncia Woortmann (1985), os alimentos não são apenas comidos, mas também pensados. Dessa forma, os hábitos e as práticas alimentares fazem parte de um modo de vida, determinado por uma certa identidade que, por sua vez, é (re) produtora de

sentidos e signos sociais que pautam escolhas influenciadas por um dado contexto sociocultural (BARBOSA, 2016; MINTZ, 2001).

Na compreensão de Mintz (2001), o fato de as pessoas crescerem em lugares específicos, cercadas também de pessoas com hábitos e crenças particulares, faz com que o aprendizado sobre a alimentação se desenvolva em um contexto de materiais culturais historicamente definidos. Assim, o comportamento relativo à alimentação, revela a cultura em que cada ser humano se encontra e, mesmo que após a fase adulta seus hábitos alimentares sejam alterados, permanece sobre eles a memória e o peso do primeiro aprendizado e algumas das formas sociais aprendidas através dele. Conforme o autor:

Nossas atitudes em relação à comida são normalmente aprendidas cedo e bem, e são, em geral, inculcadas por adultos afetivamente poderosos, o que confere ao nosso comportamento um poder sentimental duradouro. [...] Os hábitos alimentares podem mudar inteiramente quando crescemos, mas a memória e o peso do primeiro aprendizado alimentar e algumas das formas sociais aprendidas através dele permanecem, talvez para sempre, em nossa consciência (MINTZ, 2001, p. 31-32).

Ainda segundo Mintz (2001), comer é uma ação central das relações humanas, não apenas por sua frequência, constante e necessária, mas também porque logo cedo se torna a esfera em que se permitem algumas escolhas. Nesse contexto, as práticas da comensalidade, as quais se referem à ação de compartilhar um alimento ou uma refeição, implicam no exercício de sociabilidade a partir da capacidade humana de estabelecer laços sociais, possibilitando a aprendizagem e o reforço de normas sociais pré-estabelecidas (SIMMEL, 1998). Carneiro (2005) observa que comer não é uma atividade autônoma ou solitária do ser humano, mas a origem da própria socialização, pois nas formas coletivas de se obter a comida, a espécie humana desenvolveu utensílios culturais diversos e talvez até mesmo a própria linguagem.

Para Da Matta (1986, p. 56), a ‘comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se’, que envolve uma infinidade de interações e processos. Murrieta (2001) reconhece que as escolhas alimentares são resultado das interações entre estruturas habituais do cotidiano, das condições materiais de acesso, das ordens econômicas, bem como da lógica dos mercados, dos ciclos ecológicos e das preferências individuais de cada consumidor. Nesse sentido, Woortmann (1978) corrobora que os hábitos alimentares correspondem aos alimentos habitualmente consumidos, mas também às condições de acesso que fazem com que sejam habituais e consumidos. Por um lado, dependem das possibilidades de acesso, dos recursos econômicos e sociais, da seletividade que varia de uma cultura a outra e, por outro, dos conteúdos simbólicos e

cognitivos, relativos às classificações sociais e à percepção do organismo humano em relação ao que é ingerido.

Nesse cenário, Poulain (2013) enfatiza que os hábitos de consumo alimentar envolvem um conjunto de rituais que cercam o ato alimentar no sentido estrito, ou seja, a incorporação da comida e dos alimentos. A estrutura da jornada alimentar (números de tomadas alimentares, formas, horários, contextos sociais), a definição da refeição, sua organização estrutural, as modalidades de consumo (comer com a mão, com palitos, com faca ou garfo), a localização das tomadas alimentares, as regras de colocação dos comensais, variam de uma cultura para outra e no interior de uma mesma cultura, de acordo com os grupos sociais. Os hábitos alimentares, portanto, fazem parte de um conjunto de disposições e regras que concorrem para a definição social do que venha a ser alimento dentro de um grupo social.

Nesse sentido, a alimentação marca, no interior de uma mesma cultura, os contornos dos grupos sociais em termos de categorias sociais ou em termos regionais. Ao mesmo tempo em que um alimento é um atributo para um grupo social específico, este poderá ser rejeitado por outro. Para tanto, comer traça as fronteiras identitárias entre os grupos humanos de uma cultura para outra, mas também no interior de uma mesma cultura entre os subconjuntos que a constituem (POULAIN, 2013).

Para Bourdieu (2007), o consumo é um meio de distinção social a partir do qual se define estilos de vida, uma vez que o processo de construção de classes é dinâmico e simbólico, os gostos observados através do consumo definem espaços sociais, *status*, sustentam hierarquias e relações de poder. Dessa forma, o gosto é construído pelo aporte de capitais cultural, simbólico e intelectual, que são adquiridos através dos *habitus* proveniente dos estilos de vida. Portanto, o gosto não é apenas um indicador de apreciação de sabor, mas um símbolo de pertencimento a um grupo social e às práticas de um estilo de vida. O gosto é mediado pelas experiências pessoais, crenças, ritos, saberes e pelo ambiente sociocultural no qual cada indivíduo se encontra. Diante disso, se comer é um meio de se comunicar com o grupo social, cujos gostos e preferências alimentares são construídos socialmente, pode-se compreender que o consumo de alimentos busca comunicar uma mensagem (ZANETI; SCHNEIDER, 2016).

Sob o olhar sociológico, Barbosa (2007) reconhece que há uma distinção cultural entre comida e alimento pouco evidenciada quando se trata dos hábitos alimentares. Segundo a autora, os alimentos significam o que é ingerido sob alguma forma culturalizada, a partir da qual, necessariamente, precisam ser aceitos culturalmente no ambiente social ao qual

pertencem¹⁵. Para tanto, os alimentos são sempre manipulados e preparados sob uma determinada técnica de cocção, apresentados de forma específica e ingeridos em horários e circunstâncias determinadas. Já a comida, diferencia-se do alimento na medida em que passa pelo processo de transformação na cozinha, sendo ela a transformação cultural do alimento.

Segundo Barbosa (2007), os hábitos alimentares implicam o conhecimento da comida e das atitudes em relação a ela e não a classe de alimentos consumidos. Ao se referir aos hábitos de alimentação a partir da classe de ‘alimentos’ e não da ‘comida’, informa-se pouco sobre aquilo que se come, pois, apesar da base de nutrientes ser bastante semelhante entre as sociedades, a combinatória entre eles é distinta. A respeito dessa combinatória, atribui-se o nome de culinária, conjunto que compreende manipulação, técnicas de cocção, representações e práticas sobre as comidas e as refeições. Nesse caso, a culinária é o principal mecanismo que transforma o alimento em comida, que pode ser classificado como prato culinário que, por conseguinte, produz diferentes cardápios.

As refeições fazem parte de um sistema de normas alimentares em que cada sociedade classifica e organiza de forma particular. Trata-se de momentos específicos do cotidiano, que envolve o consumo final dos alimentos, estando carregado por certa sociabilidade ao redor da mesa, na qual as pessoas, enquanto comem, interagem socialmente. Cascudo (2011) lembra que as refeições sempre foram momentos ritualísticos da família, cujo costume era mantido na coesão de horários e comportamentos coletivos. Contudo, na sociedade contemporânea passou a ser submetida a uma organização individual do tempo em função das atividades de cada membro do grupo familiar.

Conforme Barbosa (2007), os sistemas de refeições possibilitam compreender padrões culturais e sociais que orientam os comportamentos à mesa, informam a respeito de práticas alimentares, valores e lógicas utilizadas na escolha dos cardápios, na ingestão da comida e nos contextos sobre as tendências alimentares contemporâneas. Nessa perspectiva, cada refeição obedece a uma certa ordem em que determinadas comidas são ingeridas em detrimento de outras, considerando uma sequência dentro de uma lógica de ingestão e de combinação dos alimentos entre si.

A esse respeito Fischler (1995) observa que existem regras de grande complexidade que governam o consumo dos alimentos, repercutindo no comportamento dos comensais. Ao

¹⁵ Na cultura indiana, por exemplo, considera-se o consumo da carne bovina proibido. Para o hinduísmo, religião da maior parcela da população da Índia, a vaca é um animal sagrado, adorado, ‘puro’ e, portanto, não merece ser sacrificada. Isso não acontece em países como o Brasil, onde sua carne é apreciada e possui valor cultural em alguns pratos típicos regionais, como o churrasco. A China oferece em seu cardápio insetos, besouros, formigas e grilos, reconhecidos como especiarias ricas em proteínas, diferente de outras partes do mundo em que não se admite esse tipo de alimentação.

comer, o indivíduo coloca no prato muito mais do que suas preferências gastronômicas, culinárias, critérios nutricionais, calóricos ou escolhas por hábitos mais saudáveis. O comportamento relativo à comida relaciona-se diretamente ao sentido dos seres humanos com sua própria identidade social.

Diante disso, Carneiro (2005) explica que os hábitos da alimentação revelam a estrutura da vida cotidiana no seu núcleo mais íntimo e também mais compartilhado. Por conseguinte, manifestam comportamentos sociais de indivíduos, práticas, modos de vida, percepções sobre a natureza, limitações econômicas e dependência de acesso (MINTZ, 2001; WOORTMANN, 1978). Nesse sentido, pensar as motivações do consumo ‘do’ e ‘no’ espaço urbano pode reunir uma vasta diversidade de informações sobre comportamentos humanos, ideologias alimentares, defesa em favor do meio ambiente, relações coletivas entre grupos sociais institucionalizados e ações individuais politizadas a partir de distintas temporalidades.

Entre alguns fatores de influência nos hábitos alimentares, a dimensão sociocultural da alimentação ocupa um papel importante, indicando as permissões e interdições alimentares, moldando o gosto, os modos de consumir e a própria comensalidade. As investigações de Canesqui e Garcia (2005), a respeito dos aspectos culturais, relevam, entre a pluralidade de sentidos e classificações da comida, a oposição entre a ‘comida forte’ a ‘comida fraca’. A categoria ‘forte’ é entendida enquanto princípio de sustância, de vitamina e ferro, as quais preferencialmente marcam os hábitos alimentares dos homens e trabalhadores. Já as comidas entendidas como ‘fracas’, qualificam uma dieta empobrecida em relação à quantidade de os alimentos ou no sentido de ter poucos nutrientes e vitaminas.

As autoras ainda classificam as comidas ‘pesadas’ e ‘leves’, por sua vez, associadas aos estados corporais ou as ocasiões e horários de consumo. As ‘pesadas’ referem-se àquelas com muita gordura ou relacionadas a um consumo noturno, o qual interfere na ingestão e no sono do comensal. A comida ‘leve’ relaciona-se ao tempo de lazer e descanso e a situações de doenças em que o indivíduo fica restrito a certos alimentos. A ‘comida de pobre’ e a ‘comida de rico’ condizem simbolicamente com as diferenças sociais entre as classes de consumidores ricos e pobres. A ‘comida de pobre’ remete a uma dieta constituída por condições materiais marcadas pela ausência de alimentos, a restrição ou a pouca variedade deles. O hábito do pobre é associado ao consumo de alimentos básicos de subsistência e pouca ‘mistura’, enquanto o do rico é percebido pelo maior consumo de carnes, variedade de misturas e alguns tipos de pratos ‘refinados’.

No sentido cultural dos hábitos alimentares, verificam-se as prescrições e proibições em relação às misturas dos alimentos. O estudo de Wedig (2009) revela que na concepção dos

agricultores familiares, as frutas consideradas ‘quentes’ são impróprias para consumo, pois são aquelas que se encontram sob o sol, arrancadas diretamente do pé e, por sua vez, se consumidas de imediato fazem mal a saúde física do comensal. Da mesma forma, a autora cita as proibições em relação às misturas de alimentos, principalmente de frutas que se excluem mutuamente, a exemplo da uva com melancia e manga com pêsego. Daniel e Cravo (2005) verificam as prescrições para os alimentos como, por exemplo, manga com leite e vinho com melancia, misturas considerados proibidas pela cultura brasileira.

A partir da alimentação se constroem também identidades culturais em relação a locais, regiões ou a própria nacionalidade. É comum falar em *fast-food* e associá-lo aos hábitos norte-americanos; mencionar a polenta e lembrar-se dos italianos ou do arroz com feijão e relacioná-lo aos brasileiros. Maciel (2005), ao analisar a cozinha brasileira caracteriza o arroz com feijão como o prato que unifica o País no sentido cultural da alimentação. A combinatória arroz com feijão expressa o estilo brasileiro de comer, misturando o sólido com o líquido e o negro com o branco. Além disso, de comida diária, transforma-se em um prato promovido a símbolo nacional, a feijoada, oriunda da senzala foi retirada de seu grupo original, passando a ser de todos e, assim, tornou-se uma espécie de carteira de identidade alimentar brasileira¹⁶ (DAMATTA, 1987).

Segundo Maciel (2005), no Brasil o regionalismo culinário é composto por uma diversificação alimentar em razão das condições históricas, culturais e naturais do País. A Bahia é considerada uma das cozinhas mais diversificadas do País, por conta de uma culinária que possui história e tradição sob a influência cultural africana, com uso de temperos fortes como azeite de dendê e pimentas. A cozinha do Norte, principalmente a dos estados do Pará e Amazonas, é uma das mais exóticas e, por suas vertentes culturais indígenas, é a mais ‘brasileira’ em sua origem com grande presença de peixes, farinha de mandioca, tucumã e o tucupi. Outro exemplo é o churrasco gaúcho, composto por carne assada nas brasas, normalmente acompanhado de farinha de mandioca e fortemente relacionado à figura emblemática do Sul do Brasil, o gaúcho.

De modo geral, a partir das dimensões culturais dos hábitos, verifica-se a importância dos aspectos vinculados aos fatores intrínsecos aos alimentos, como aqueles construídos a partir de relações com a cultura local e regional, a tradição familiar, os costumes e a memória de um certo tempo e localidade. Nesse sentido, é possível dizer que os

¹⁶ Essa identidade alimentar brasileira mostra um aspecto da dinâmica da sociedade brasileira, na qual materiais culturais criados por grupos dominados são apropriados, perdendo a capacidade de simbolizar o grupo original (MACIEL, 2005).

consumidores ao buscarem por alimentos a partir dessas indicações, possuem sentimento de valorização da comida caseira, da gastronomia local e regional ou de preferências alimentares proveniente de grupos sociais específicos, como os da agricultura familiar ou ainda, preferem alimentos de regiões específicas, os quais contribuem para a lembrança da infância ou de determinado aprendizado alimentar.

Em relação ao sentido social da alimentação, as influências sobre os hábitos alimentares podem ocorrer a partir de tendências de consumo motivadas principalmente pelo círculo social dos consumidores e por demandas que permitem a praticidade e a conveniência no preparo da comida. Nesse caso, podem dar preferência às refeições rápidas, como lanches, pratos prontos ou semiprontos, alimentos com embalagens de fácil abertura e descarte, que possibilitam o congelamento e sua preparação em forno de micro-ondas. Esses produtos podem ser caracterizados principalmente como processados ou ultra-processados de rápida preparação e alto teor calórico.

Nessa perspectiva, a alimentação também passa a ser valorizada por seus aspectos de praticidade e funcionalidade ao ser realizada fora do ambiente doméstico em função da rotina acelerada dos centros urbanos. As refeições podem ser realizadas em locais diversificados, de lanchonetes de *fast food*, bares, restaurantes a quilo a refeitórios nos próprios locais de trabalho, como também em ambientes diferenciados e personalizados, que servem também como espaço de lazer e turismo, contribuindo tanto para a nutrição quanto para a socialização e entretenimento dos comensais. Nesse caso, existe a procura por uma alimentação de maior valor agregado, a exemplo das comidas *gourmet* e iguarias, através das quais se verifica a disposição dos consumidores em selecionar alimentos diferenciados no que se refere ao sabor e aos espaços em que são ofertados.

Os consumidores também podem realizar suas escolhas a partir de alimentos que se vinculam a dietas específicas como as que privilegiam os alimentos *diet*, *light* e funcionais. Nesse sentido, é possível perceber uma tendência em consumir alimentos que possuem selos de qualidade médica e nutricional, em grande medida, recomendados pelos padrões alimentares da medicina moderna. As preocupações em adquirir alimentos dessa natureza podem estar vinculadas a fatores, como os da saúde física, do controle do peso, da obesidade e uma maior preocupação com a redução ou eliminação de substâncias calóricas nas refeições (BARBOSA, 2010).

Dentre os elementos sociais da alimentação, Brunori et al. (2012) debatem o consumo alternativo dos alimentos vinculados a ideias e princípios que se contrapõem aos dominantes, envolvendo decisões politizadas e reflexivas diante dos fatores de produção,

comercialização e consumo. Nesse cenário, os alimentos são eleitos a partir de perspectivas mais naturais, frescas e saudáveis, são adquiridos, portanto, em organizações ou redes sociais, como cooperativas de produtores familiares, feiras livres ou de produções autônomas de camponeses por meio de cestas agroecológicas e aquisições que independem de relações comerciais de atravessadores.

No sentido social dos hábitos de consumo, Barbosa (2016) discute as dimensões ética e estética da alimentação contemporânea. A ética da alimentação é parte de uma espécie de código moral que se aproxima de um dever no sentido de comer de modo consciente em relação ao meio ambiente, à cultura, à igualdade e aos atores sociais. O alimento ético é relacionado a um conjunto de preocupações quanto à produção, aos significados a ele atribuídos e aos valores sociais (LANG, 2010). Por outro lado, a estética da alimentação encontra-se em um espaço mais lúdico e prazeroso do comer, segundo o qual as referências alimentares se voltaram muito mais para o lazer, *design*, a popularidade, do que para os próprios aspectos nutricionais, de sabor e saúde dos alimentos. Nesse caso, a alimentação deixa de ser apenas sustento e ferramenta de transformação social para ser comida, isto é, culinária, gastronomia, tradição, arte, entre outros aspectos.

Os hábitos alimentares também podem ser influenciados por critérios econômicos, segundo os quais se diferenciam entre os consumidores em função dos recursos financeiros disponíveis para a alimentação. Nesse contexto, a renda individual e/ou familiar é um fator econômico que pode estar associado diretamente às escolhas alimentares dos indivíduos, influenciando nos comportamentos relativos à alimentação. Tais aspectos se verificam tanto no sentido em que o poder aquisitivo é maior e os consumidores encontram-se diante de maior liberdade de escolha quanto em níveis reduzidos de escolhas e seleção, existindo dificuldade de acesso ou até mesmo restrição aos alimentos (PONS, 2005).

Santos e Silva (2015), em estudo sobre os aspectos socioeconômicos do consumo de alimentos orgânicos no agreste pernambucano, revelam que o principal fator que influencia no consumo desse tipo de alimentação é a renda dos consumidores. Mesmo que decidam optar por uma alimentação mais saudável e socialmente responsável, como no caso da orgânica, suas preferências se tornam restritas quando o custo da alimentação é mais elevado. Nesse caso, a renda é uma condição importante do consumo de uma alimentação específica, mais variada e de maior qualidade nutricional, criando certa barreira que é determinada pelo poder aquisitivo¹⁷.

¹⁷ Nem sempre os alimentos ecológicos são mais caros economicamente. Se os mesmos circularem por cadeias longas e tiverem os grandes *players* da alimentação por trás, isso ocorre frequentemente; contudo, se estes

Diante disso, pelas dimensões econômicas dos hábitos alimentares, é possível reconhecer duas situações. Uma delas é o consumo alimentar de itens básicos de subsistência que satisfazem as necessidades vitais dos seres humanos. Essa situação se configura nos hábitos de consumidores que vivem em contextos de dificuldade para se alimentar, à margem da sobrevivência ou de dietas restritas por ausência de uma série de alimentos durante as refeições. No estudo de Cheung et al. (2013), sobre as diferentes maneiras de pensar a alimentação, esse grupo de consumidores caracteriza o alimento como ‘sobrevivência’, para eles ‘comer bem’ significa estar saciado e não sentir fome. A outra situação é aquela em que o alimentar-se e o comer assumem as propriedades de liberdade de escolha (SEN, 2000). Nesse contexto, podem selecionar os alimentos de sua preferência, levando em conta aspectos, como o prazer, o sabor, o *design*, os espaços comerciais e uma culinária mais diversificada.

Sobre os hábitos alimentares também atuam elementos que enfatizam o caráter ambiental da alimentação. No período também conhecido como a ‘modernização da agricultura’, a dimensão ambiental passa a ser discutida fortemente nos temas da alimentação em função dos impactos negativos da produção sobre o meio ambiente e na saúde humana com as preocupações com aditivos alimentares e resíduos de pesticidas. No Brasil, essas preocupações adentraram o debate público por volta de 1980, dando espaço para as discussões dos movimentos da chamada ‘agricultura alternativa’, traduzida por práticas agrícolas menos impactantes na natureza. Nesse sentido, as bases da agroecologia propõem um resgate dos saberes tradicionais dos agricultores e sua conexão com os conhecimentos científicos a fim de promover uma agricultura ecologicamente sustentável, socialmente justa e economicamente viável (PRIMAVESI, 1992).

Os estudos de Portilho (2009; 2005) revelam que há uma consciência maior por parte dos consumidores sobre seu papel na sustentabilidade alimentar, especialmente, quando esses se utilizam do consumo como estratégia de ação política na esfera pública. Dessa forma, crescem as discussões sobre a importância dos alimentos em seus aspectos ambientais e a demanda por escolhas alimentares motivadas por um conjunto de fatores que levam em conta diminuir ou eliminar questões de impacto ambiental em defesa de práticas mais justas, alimentação mais diversificada e consciente em termos de produção, distribuição e local de origem.

alimentos circularem por cadeias curtas e as relações sociais entre consumidores e agricultores forem de proximidade social e espacial, podem possuir o mesmo nível de preços dos encontrados em supermercados ou até serem mais baratos (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017).

Os estudos de Triches (2012), Triches e Schneider (2010) e Gazolla e Schneider (2017) evidenciam a importância das cadeias curtas e a localização do alimento como forma de valorizar e assegurar aquilo que será consumido. Grosso modo, discutem a importância de uma reconexão que é determinada a partir de relações de confiança, frequência de compras e de interconhecimento entre os atores envolvidos, implicando na ideia de maior proximidade social e espacial sobre os alimentos transacionados e consumidos. Nesse contexto, as cadeias curtas alimentares possibilitam que a produção, o consumo e a circulação dos alimentos sejam a base sob a qual novas relações se estabeleçam e fundamentem para o desenvolvimento de práticas sustentáveis.

O conceito de rastreabilidade alimentar encontra-se entre as tendências que envolvem a maior preocupação do consumidor com os aspectos de confiança e segurança dos alimentos. Nessa perspectiva, o alimento passa por uma recomposição de sua história, sendo disponibilizadas informações a respeito das etapas de produção, do tipo de solo em que foi plantado, a época e o método de colheita utilizado, até seu consumo final. No mesmo sentido, a rotulagem ambiental tem por objetivo assegurar questões relativas ao processo, a conformidade, a qualidade, a origem, a produção, a distribuição e a composição nutricional dos alimentos. Verificam-se ainda as preocupações sociais com a saúde física do trabalhador, sua qualidade de vida, bem-estar no trabalho e recompensas salariais justas (PROENÇA, 2010). Na Região Sul, um exemplo desse tipo de rotulagem é a certificação dos alimentos pela Rede Ecovida de Agroecologia, a partir do selo de certificação participativa que garante a condição dos alimentos como orgânicos.

Observando alguns fatores de influência no consumo da alimentação, é possível verificar especificidades que condicionam os hábitos alimentares, evidenciando os comportamentos de consumidores a partir de suas preferências alimentares e razões de consumo dos alimentos. Portilho e Barbosa (2016) destacam que a expansão dos discursos construídos em vários setores sociais que apontam para o consumidor como um sujeito ativo e, principalmente, como moral e político tem evidenciado cada vez mais a relação entre consumo e cidadania, fazendo com que muitas questões amplas (sobretudo relacionadas ao impacto ambiental e a questões éticas, como a exploração da força de trabalho) das esferas públicas passem a atuar na esfera privada. Por sua vez, pautando-se em escolhas cotidianas políticas caracterizadas como ‘responsáveis’ ou ‘conscientes’, dessa forma, possibilitando a construção de diferentes formas de ação a partir de um processo que tem sido chamado de politização do consumo.

Portilho (2005) denomina de consumidor político aquele que faz uso de suas práticas e escolhas cotidianas como forma de participar ativamente da esfera pública. Entre suas características está a ação de incorporar ao ato de compra ideias e valores, como ética, solidariedade, direitos humanos e animais, entre outras razões não econômicas. Trata-se, portanto, de um movimento de consumo não institucionalizado que tem por objetivo estender a política para os espaços e mercados da vida privada. Para Spaargaren e Oosterveer (2010), o consumidor político usa seu poder de compra não apenas para satisfazer suas necessidades, mas para revelar suas preferências políticas enquanto um cidadão ativo. Diante disso, o consumo político pode ser observado nas ideologias, discursos e movimentos sociais que propõem como solução para as problemáticas socioambientais, práticas responsáveis, éticas e sustentáveis, como aquelas voltadas aos movimentos de agroecologia e Grupos de Compra Solidária (GAS), esses últimos vigentes em alguns países da Europa (PORTILHO, 2011).

Segundo Brunori et al. (2012), o consumidor cidadão corresponde a um perfil de consumidores ativos, envolvidos em redes alimentares alternativas ao mesmo tempo em que são coprodutores de novos sistemas de provisão. Spaargaren e Oosterveer (2010) consideram três modos de provisão alimentar, através do Estado, por meio de programas e políticas públicas direcionadas à alimentação, como, por exemplo, os programas brasileiros PAA, PNAE e Fome Zero; os mercados, considerando o varejo, os atacados e as cadeias longas; e o ambiente doméstico, através de feiras, pequenos grupos e organizações solidárias em torno da alimentação. Para os autores, fazem parte dessa categoria três perfis de consumidores, o ecológico, o político e aqueles que possuem um estilo de vida politizado com relações e interfaces na ação coletiva. Dessa forma, são incentivados pelo princípio da solidariedade nas atividades diárias de compra e consumo, por cadeias curtas e mercados locais, onde há relações espaciais de proximidade objetivando conciliar o seu interesse individual com a responsabilidade coletiva.

O consumo sustentável, no contexto contemporâneo, é motivado pelos princípios da sustentabilidade diante das escolhas e atitudes em relação ao consumo. Os hábitos alimentares dos consumidores sustentáveis privilegiam a utilização consciente dos recursos naturais por meio de uma produção que dispensa a utilização de produtos sintéticos, químicos, fertilizantes e pesticidas. Além disso, enfatizam a promoção de uma dieta equilibrada no sentido nutricional, da biodiversidade alimentar, da valorização da produção local, artesanal e da defesa de condições justas de trabalho. Diante disso, os consumidores são condicionados por valores sociais que ultrapassam a visão econômica, contribuindo para causas sociais mais

justas e igualitárias, a partir da compra de alimentos de pequenas comunidades agrícolas, feira de produtores orgânicos ou familiares (PORTILHO, 2005).

Brunori et al. (2012) discorrem que o consumo sustentável não pode ser alcançado através de práticas e ações individuais. Conforme os autores, os caminhos para o consumo sustentável iniciam a partir de um contexto social, simbólico e material amplo, nos quais os consumidores reconhecem no 'local', um espaço privilegiado para a sustentabilidade se ampliar para contextos mais amplos. Os consumidores de alimentos orgânicos e os engajados no movimento *slow food*, obedecem aos mesmos princípios do consumidor sustentável, tendo em vista que ambos objetivam os compromissos ecológicos nos discursos sobre a sustentabilidade em seus aspectos sociais, econômicos e ambientais da alimentação.

De acordo com Beck (1997), o indivíduo moderno ao incorporar a reflexividade social propõe conseqüentemente a auto atribuição de responsabilidade, interpretada como uma forma de renovação da ação política contemporânea. Nesse sentido, o consumidor reflexivo corresponde ao indivíduo que constrói sua relação com a alimentação a partir da consciência individual e da autorreflexividade diante dos processos em torno dela. O autor observa que na modernidade reflexiva existe uma ampliação do conceito de política na medida em que ocorre uma transição dos espaços públicos para a vida privada. A esse processo o autor denomina de subpolítica, interpretado como uma política para além das instituições públicas dos Estados, direta, que envolve a participação individual nas decisões. A partir da noção de subpolítica, o consumidor reflexivo propõe, por meio de suas próprias ações, hábitos, atitudes e movimentos coletivos pautados na justiça social e na sustentabilidade ambiental (BRUNORI et al., 2012).

Em contrapartida, Brunori et al. (2012) denominam de consumidor convencional aquele que segue as regras do regime alimentar dominante sem buscar por alternativas ou novos sistemas de provisão. Esses consumidores são motivados principalmente por aspectos de conveniência, baixas habilidades na cozinha e desinteresse em novas formas de consumo. Por outro lado, o consumidor convencional também pode ser aquele que se encontra diante da ausência de liberdade nas escolhas sobre o que comer, no sentido de optar por alimentos que estão disponíveis sem que exista a possibilidade de mudança dos hábitos de consumo. De acordo com os autores, as vias que permitem aos consumidores convencionais se tornarem consumidores cidadãos, políticos ou reflexivos, são baseadas em reflexões contínuas, mudanças de perspectiva, discursos e narrativas que ajudam a fornecer argumentos para uma alimentação alternativa.

Em vista disso, iniciativas e experiências vêm ganhando reconhecimento e legitimidade como forma de manifestação das práticas alternativas de consumo alimentar,

envolvendo desde ações individuais a movimentos sociais mais atuantes de consumidores. De modo geral, são manifestações que objetivam a reconexão entre a produção e o consumo, apoiados pela revalorização da culinária e gastronomia local e formas mais conscientes e justas de se alimentar. Desse modo, as iniciativas que resistem às condições dominantes, possibilitam compreender que o processo de modernização alimentar, mesmo que muitas vezes considerado hegemônico, não exclui formas diferenciadas de produzir e consumir os alimentos (TRICHES, SCHNEIDER, 2014; SCHNEIDER et al., 2016b).

4 PERFIS DE CONSUMO E GASTOS ECONÔMICOS: compreendendo melhor os grupos sociais e os custos com os alimentos

Neste capítulo iniciam-se as apresentações das análises e discussões dos dados coletados durante a pesquisa de campo, baseados na aplicação dos questionários com as interlocutoras. A intenção do capítulo é atingir o primeiro objetivo específico, proposto inicialmente no estudo, o qual se propõe à construir perfis socioeconômicos de consumidoras de alimentos, bem como à compreensão dos gastos com alimentação dentro do quadro domiciliar. Para tanto, o capítulo está dividido em duas seções principais.

Na primeira seção, discutir-se-á uma caracterização geral da amostra investigada, visando apresentar suas características e informações principais. A partir disso, construir perfis de consumo considerando como critério principal o quesito socioeconômico das participantes e, dessa forma, cruzar as informações a fim de identificar singularidades e diferenciações entre eles. Para isso, investigou-se os dados sobre: renda, sexo, idade, escolaridade, estado civil, ocupação e/ou profissão principal, número de residentes no domicílio, *status* no núcleo familiar, presença de empregada doméstica e responsável principal pela compra, seleção e preparo dos alimentos.

Na segunda seção, realizou-se a investigação das disponibilidades econômicas destinadas à alimentação do domicílio e à participação dos gastos em cada grupo de alimentos discutido na seção metodológica desse estudo. Tais informações foram contextualizadas num sentido geral da amostra e também dispostas para cada perfil de consumo. Os indicadores utilizados foram: média de gastos mensais com a alimentação no domicílio e média de despesas em cada grupo alimentar. Para os cálculos das despesas deste capítulo e dos demais, considerou-se o salário mínimo em vigor à época da pesquisa de R\$ 954,00 para o ano de 2018.

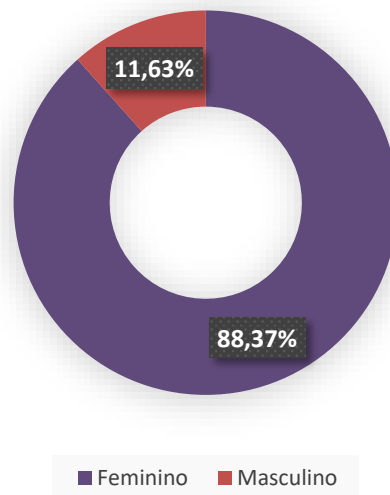
De modo geral, este capítulo buscou compreender um pouco mais das particularidades e singularidades dos sujeitos pesquisados a partir de sua alimentação, dos seus hábitos de consumo, das suas escolhas, das fontes de influências, de algumas reflexões e das disposições em pagar mais por alguns alimentos e menos por outros.

4.1 PERFIS SOCIOECONÔMICOS DE CONSUMIDORAS (ES) DE ALIMENTOS

De modo geral, a amostra da pesquisa foi composta significativamente por participantes do sexo feminino em 88,37% (38 respondentes) dos casos, e 11,63% (5

respondentes) do sexo masculino. No Gráfico 1, a seguir, visualizar-se-á a presença expressiva de mulheres na composição amostral, resultados que correspondem às pesquisas de Barbosa (2007), realizadas em diferentes cidades brasileiras, e às de Silva (2006), em supermercados de Curitiba – PR, apontando de forma significativa para a participação feminina quando o assunto é alimentação. Nesse aspecto, foi interessante notar que, durante a coleta de dados, os homens contatados diretamente direcionavam o questionário para que suas esposas ou acompanhantes respondessem, alegando que estavam apressados ou que não poderiam responder pelo fato de não serem os responsáveis principais pelas obrigações com a comida. Além disso, em apenas um dos casos o respondente do sexo masculino dividia o domicílio com a esposa, nas outras situações constatou-se que moravam sozinhos.

Gráfico 1: Sexo das (os) participantes.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Através da Tabela 1, abaixo, pode-se também observar que a faixa etária da amostra é composta por 25,58% de consumidoras e consumidores com idade acima de 70 anos; 18,60% estão entre 40 e 49 anos; 16,28%, entre 50 e 59 anos; seguidos de 13,95% que estão entre 60 e 69 anos; 11,63%, entre 30 e 39 anos; 11,63%, entre 20 e 29 e 2,33%, entre 10 e 19 anos de idade. Isso demonstra que a maior parte da amostragem, cerca de 74,41% (32 respondentes), caracteriza-se por ser um público mais maduro, com mais de 40 anos de idade.

Tabela 1: Faixa etária das participantes.

Faixa etária	Nº	%
10 a 19 anos	1	2,33

20 a 29 anos	5	11,63
30 a 39 anos	5	11,63
40 a 49 anos	8	18,60
50 a 59 anos	7	16,28
60 a 69 anos	6	13,95
Acima de 70 anos	11	25,58
Total	43	100

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Pode-se afirmar que, após certa idade, as pessoas passam a dar mais atenção à saúde podendo, por exemplo, frequentar algum serviço de apoio e receber orientações nutricionais que qualifiquem hábitos mais saudáveis, justificando, dessa forma, o interesse pelo tema e a participação na pesquisa. Além disso, esse período pode ser caracterizado como aquele em que se aprende a cozinhar ou se tem mais tempo para se dedicar, buscar, adquirir e preparar os alimentos, passando-se a compreender mais da própria alimentação. Esse aspecto é manifestado na pesquisa de Balem et al. (2017), em que os adultos com idade acima de 51 anos demonstram hábitos alimentares mais diversificados com alimentos naturais ou processados de forma artesanal em casa. Segundo os autores, esse fator se deve principalmente à idade e aos hábitos familiares herdados, sendo a maioria dos entrevistados oriundo do meio rural. Isso é ilustrado na fala da Consumidora 1, de 60 anos de idade, aposentada, dividindo a casa com o marido e o filho, e na declaração do Consumidor 38, de 79 anos, também aposentado que compartilha do lar com a esposa:

Quando a gente era jovem, a gente comia essas coisas processadas, doces, porcarias, agora que a gente ‘tá’ mais velha não come mais tanto, porque sabe que faz mal. (Consumidora 1: Pato Branco/PR, 2018).

Às vezes falta uns alimentos, mas nós damos um jeito. Faço umas ‘manobras’ no dia a dia, substituo alguns alimentos por outros pra não deixar faltar vitamina pro corpo. Eu cuido da saúde porquê eu já ‘tô’ velho, daí sabe como que é. Bom, mas na verdade o corpo não precisa de muitos alimentos desses industrializados, só comida simples já ‘tá’ bom. (Consumidor 38: Pato Branco/PR, 2018).

A partir das declarações, além da relação direta dos hábitos de alimentação com a saúde, observa-se uma certa recusa do público da terceira idade pelos produtos de base industrial e/ou processados. Nesse sentido, pela fala do Consumidor 38, a ‘*comida simples*’ pode ser compreendida como a que está associada a práticas alimentares cotidianas da dieta nacional brasileira, como arroz, feijão, carne, farinha, raízes e outros tipos de alimentos *in natura* ou minimamente processados que, cotidianamente, aparecem compondo a base dos pratos dos brasileiros.

Em relação à renda (bruta), 37,21% (16 respondentes) das participantes recebem mensalmente de 1/8 a 1 salário mínimo, enquanto 34,88% (15 respondentes), de 1 a 2 salários, 20,93% (9 respondentes), renda entre 2 e 5 salários e 6,98% (3 respondentes) possuem renda média domiciliar acima de 5 salários mínimos (Tabela 2). Pelos critérios do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), a linha da pobreza no Brasil é definida pelo indivíduo que recebe menos de 1 salário mínimo mensal, nesse caso, correspondendo a quase 40% da amostra dos domicílios. Esse é um número bastante expressivo, que pode significar restrições importantes tanto em relação ao poder de compra e à aquisição de alimentos quanto no consumo alimentar das pessoas. Outro aspecto a ser considerado é o de que menos de 7% da amostra é composta por participantes classificados como da classe socioeconômica média, que seriam aqueles indivíduos que recebem mais de 5 salários mínimos, portanto, representam em menor proporção a população pesquisada.

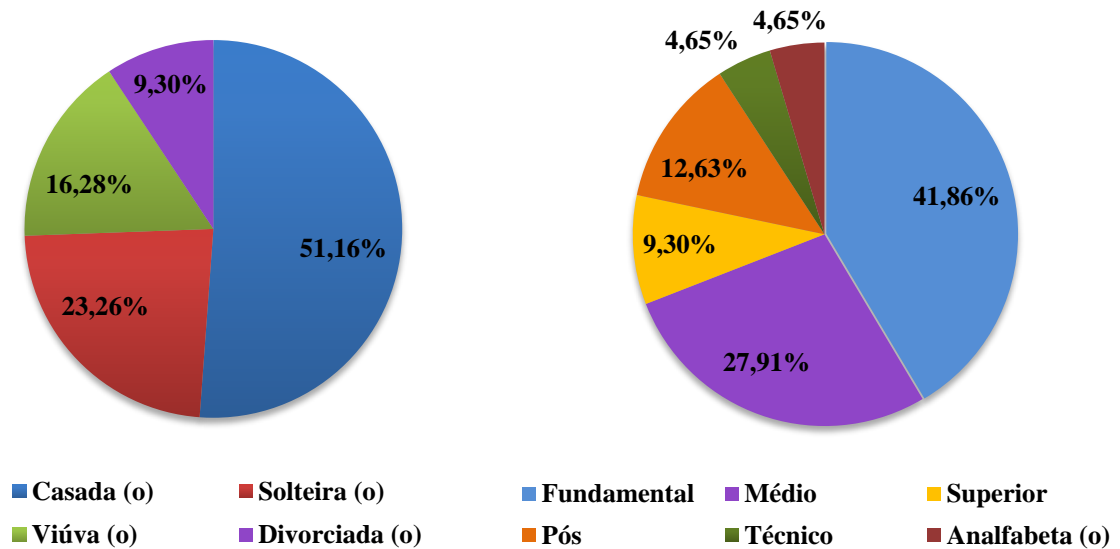
Tabela 2: Renda bruta domiciliar.

Renda	Nº	%
1/8 a 1 salário mínimo	16	37,21
1 a 2 salários mínimos	15	34,88
2 a 5 salários mínimos	9	20,93
Mais que 5 salários mínimos	3	6,98
Total	43	100

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Em relação ao estado civil, ilustra-se no Gráfico 2 que aquele que melhor representa a amostragem é o da categoria casada (o) com 51,16% das declarações; 23,26% afirmou estar solteira (o); 16,28%, ser viúva (o) e 9,30% divorciada (o). Quanto ao grau de escolaridade, constatou-se que cerca de 41,86% possui formação em nível fundamental; 27,91%, no ensino médio; 12,63% teve a oportunidade de cursar a pós-graduação; 9,30% possui diploma de nível superior; 4,65% tem ensino técnico e 4,65% declarou ser analfabeta (o).

Em termos gerais, esses números significam que mais de 70% (74,42%) da amostra possui baixa escolaridade, enquanto um percentual menor de consumidoras (26,58%) possui ao menos formação em nível superior ou técnico. Esses resultados se assemelham à pesquisa de Cheung, Batalha e Lambert (2013) sobre as práticas alimentares de brasileiros urbanos, em que a grande maioria dos participantes (aproximadamente 70% da amostra) possuía grau deficitário de instrução escolar e/ou universitária.

Gráfico 2: Estado civil e grau de escolaridade das participantes.

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

As informações a respeito das principais atividades, ocupação e/ou profissões são apresentadas e discutidas, a seguir, na Tabela 3. Quanto à ocupação/profissão principal das participantes da pesquisa, observa-se uma variedade de atividades, entre as quais: 25,58% afirmou ser aposentada (o) ou pensionista; 18,60% das mulheres se ocupa principalmente com os afazeres ‘do lar’ (é dona de casa); 16,28% disse ser autônoma (o); 13,95% tem profissão no serviço público; 4,65% é estudante; 4,65% é estagiária (o); 4,65% é professora (o) na rede privada; enquanto 4,65% está desempregada (o); 2,33% é proprietária (o) do comércio; 2,33% é diarista e 2,33% trabalha no comércio em empresas privadas.

Tabela 3: Ocupação e/ou profissão principal das respondentes.

Profissões	Nº	%
Aposentadas (os)	11	25,58
Donas de casa	8	18,60
Autônomas (os)	7	16,28
Servidora (o) público (a)	6	13,95
Estudante	2	4,65
Estagiária (o)	2	4,65
Professora (o) da rede privada	2	4,65
Desempregada (o)	2	4,65
Proprietária (o) do comércio	1	2,33
Diarista	1	2,33
Trabalhadora (o) do comércio	1	2,33
Total	43	100

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

A média de residentes por domicílio foi de 2,5 pessoas, menor que a média nacional segundo o Censo Demográfico (IBGE, 2011) que é de 3,3 pessoas para a área urbana e para a região Sul de 3,1 moradores por domicílio. Em 48,84% dos casos, afirmou-se ter filhos morando no mesmo espaço; 46,51% disse compartilhar o lar com a (o) companheira (o); 23,26% não compartilham o domicílio, afirmando morar só; 11,63% residem com outros membros da família, netas (os), pai e tias (os); 6,98%, com amigas (os) e 2,33%, com a (o) irmã (o). Nesse sentido, a presença dos filhos foi averiguada como um fator importante de interferência nas escolhas e hábitos alimentares das famílias, como expresso nos relatos das Consumidoras 8 e 12, ambas mães de crianças menores de um ano de idade:

Depois do nascimento da minha filha organizamos a dieta. Deixamos de consumir grande parte dos alimentos processados, bolachas e salgadinhos que antes a gente comia, porquê não quero que ela tenha o hábito de comer essas coisas. (Consumidora 8: Pato Branco/PR, 2018).

Agora que a bebê nasceu eu tenho uma preocupação maior com a comida, eu penso antes de comprar. Quando ela crescer a alimentação aqui em casa vai se tornar uma obrigação. (Consumidora 12: Pato Branco/PR, 2018).

Assim, a partir das falas constata-se a autorreflexão das consumidoras, no sentido de monitorar suas próprias condutas em relação à alimentação após tornarem-se mães. Nesse ponto, pode-se cruzar com as análises de Giddens (1991), ao destacar o conceito de reflexividade para discutir o processo de escolhas dos alimentos. Segundo o autor, a modernização reflexiva reage a diferentes circunstâncias, estando sua origem nas profundas mudanças sociais causadas com o impacto da globalização e das mudanças da vida cotidiana. Nesse caso, com a chegada das filhas, as demandas de consumo parecem ter se tornado mais reflexivas, ao se considerar possíveis riscos e perigos para a saúde, a partir da ingestão de alimentos contaminados ou com adição de substâncias desconhecidas. Além disso, a presença das filhas parece influenciar na adoção de certo planejamento da atividade alimentar diária das mulheres, tornando-se uma ‘obrigação’, como expresso pela Consumidora 12, o que antes poderia ser encarado como praticidade e descompromisso.

Em relação à presença de empregada doméstica, em todos os casos as respostas foram negativas. O que se constatou foi a existência de uma diarista, em 9% dos domicílios, que presta uma ‘ajuda’ em dias específicos da semana ou durante o mês, sem que essa, contudo, tenha vínculo empregatício formal. Ao se questionar a respeito de qual *status* as respondentes acreditam ocupar dentro do núcleo familiar/domiciliar, ou seja, como se autoidentificam no momento da entrevista, 37,21% das mulheres se autodeclararam mães; 25,58%, esposa; 23,26% afirmou morar sozinha e possuir *status* de proprietária/dona; 4,65%

diz ser amiga; 4,65%, avós, enquanto 2,33% esposo e 2,33%, filhas. Na Tabela 4, encontra-se a ilustração dos resultados.

Tabela 4: *Status* das respondentes no núcleo domiciliar/familiar.

Status	Nº	%
Mães	16	37,21
Esposa	12	27,91
Moro só	10	23,26
Amiga (o)	2	4,65
Avó/avô	2	4,65
Esposo	1	2,33
Filha (o)	1	2,33
Total	43	100

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

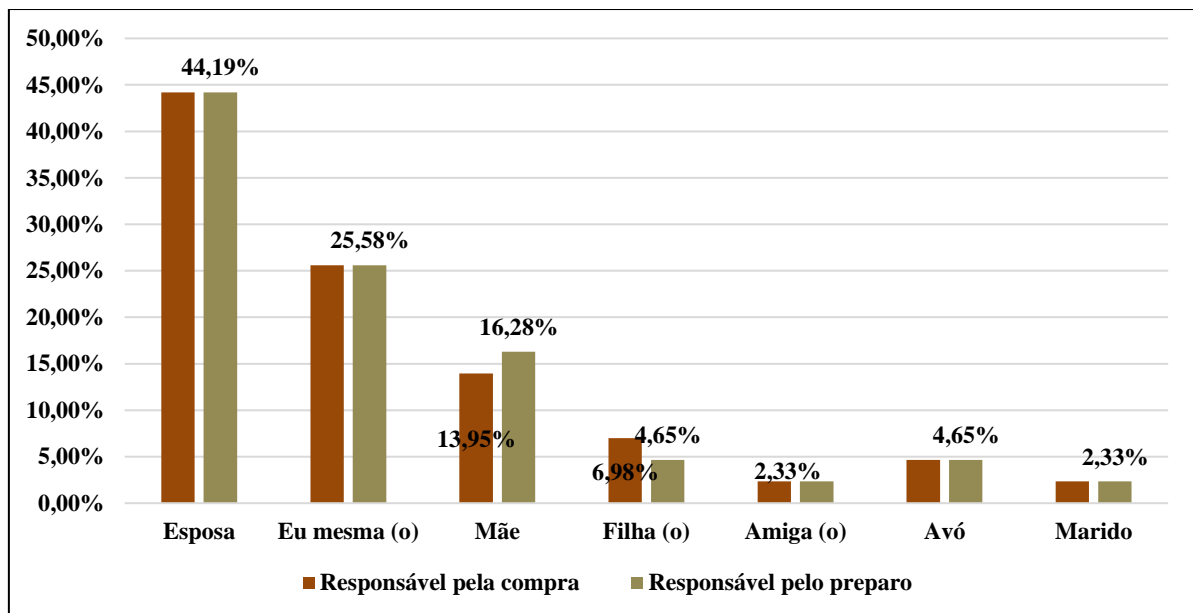
Os resultados da Tabela 4, podem ser associados aos estudos de Barbosa (2007) e Assunção (2008), ao afirmar que a mulher, especialmente a mãe, ocupa um papel preponderante sobre as práticas alimentares. Cabe a elas decidir os alimentos que serão consumidos, ainda que esses respeitem o gosto individual dos filhos e necessitem da aprovação deles e do marido. Segundo Assunção (2008), no âmbito das cozinhas, as mães ocupam um lugar principal especialmente no preparo da comida, na produção e manutenção do saber culinário, que vai além do alimentar de forma saudável os filhos, mas de reconhecer os gostos individuais e privados de cada um deles. Nesse sentido, a alimentação está fortemente associada ao cuidado das mães com os filhos e a ‘comida da mãe’ torna-se uma referência alimentar para esses, ainda que sejam casados ou morem em lugares distantes.

Assunção (2008) também evidencia as relações de poder nos espaços entre a cozinha e a autoridade da mulher. Nesse caso, a mulher enquanto mãe detém os conhecimentos sobre o melhor preparo da comida e conhece com profundidade o gosto dos membros da família, especialmente dos filhos. Assim, as receitas são repassadas com maior afluência da mãe ou da sogra para as filhas ou noras e, em menor quantidade, no sentido contrário, o que de fato pode ser estabelecido enquanto hierarquias e papéis de poder entre as mulheres, principalmente no sentido das noras e filhas. Woortmann (1985) corrobora que é no âmbito da refeição que a mãe estabelece sua autoridade e controle, determinando, dentro das possibilidades, o que irá compor a refeição e como ela será distribuída entre os membros da família.

No Gráfico 3, apresentam-se as responsabilidades de compra, seleção e preparo da comida, sobressaindo-se a predominância feminina nos assuntos que envolvem a alimentação. Observa-se, no quadrante ‘responsável pela compra e seleção da comida’, que 69,77% da amostra responderam que essas atividades ficam a cargo das esposas, das mães, filhas, amigas

e avós; 25,58% afirmou morar sozinha, sendo a principal responsável; 2,33% afirmou ser o filho e em apenas 2,33% dos casos o marido é o encarregado principal. Em relação ao quadrante ‘preparo da comida’, os resultados são ainda mais significativos. Dessa amostra, 72,10% também afirmaram serem a esposa, a mãe, as filhas, as avós e as amigas as principais responsáveis pelo preparo da comida; 25,58% mora sozinha e prepara a própria alimentação e 2,33% são os maridos/companheiros que o fazem. A diferença entre um gráfico e outro se dá pelo fato de que em um dos casos a respondente relatou ser o filho, com quem divide o lar, o responsável pela compra dos alimentos e a seu cargo apenas o preparo da comida.

Gráfico 3: Principal responsável pela compra, seleção e preparo dos alimentos.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Esses resultados podem estar vinculados a uma construção histórica e sociocultural em que há, ao longo do tempo, uma divisão social do trabalho que se estabelece a partir das diferenças de gênero. Segundo Graf e Coutinho (2012), o trabalho doméstico foi enraizado historicamente como uma atribuição feminina, a partir de uma construção social da divisão sexual que relacionou o gênero feminino ao trabalho reprodutivo, que é gratuito e se consolidou como completamente invisível aos interesses da sociedade. Na pesquisa das autoras com trabalhadoras em um abatedouro avícola em Santa Catarina, compreende-se essa problemática ao constatar a perpetuação das mulheres como as principais responsáveis pelas atividades domésticas em suas residências, enquanto cumprem igualmente com os maridos/companheiros suas jornadas de trabalho assalariado no abatedouro, contribuindo da mesma forma na manutenção econômica familiar.

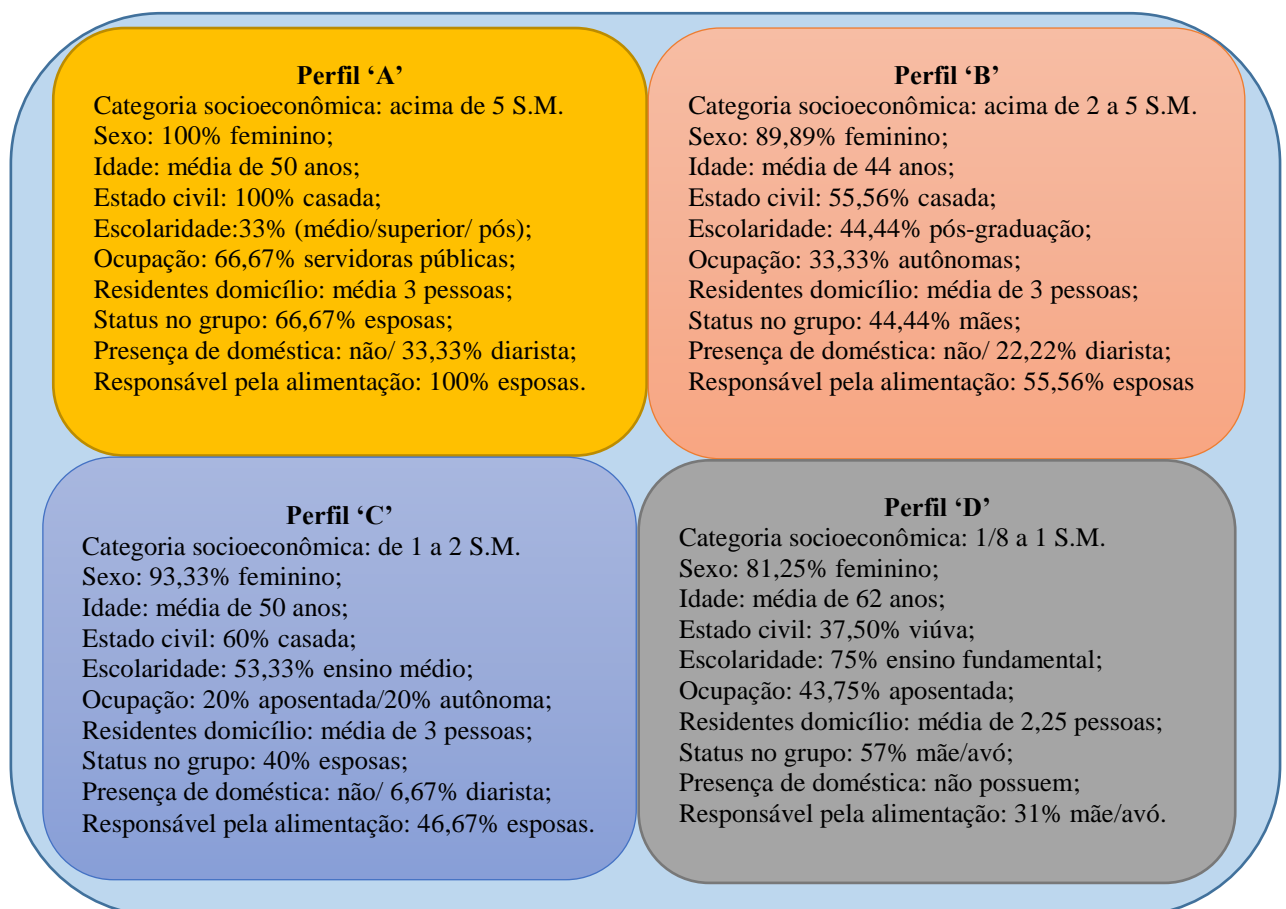
Hirata e Kergoat (2007), contextualizam que a divisão sexual do trabalho é a forma de divisão social decorrente das relações sociais entre os sexos, modulada histórica e socialmente. Possui como características a designação prioritária dos homens à esfera produtiva (trabalho assalariado, fora de casa, público, de valor econômico) e das mulheres à esfera reprodutiva (trabalho doméstico, privado, atividades de cuidado com as crianças, a casa, sem valor econômico) e, simultaneamente, a apropriação pelos homens das funções com maior valor social adicionado (políticos, religiosos, militares etc.). Explicam as autoras que essa forma particular da divisão social do trabalho tem dois princípios organizadores: o princípio da separação (existem trabalhos de homens e trabalhos de mulheres) e o princípio hierárquico (um trabalho de homem tem mais valor que um trabalho de mulher). Tais princípios são válidos para todas as sociedades conhecidas, no tempo e no espaço, podendo ser aplicados mediante um processo específico de legitimação, a ideologia naturalista. Esta rebaixa o gênero ao sexo biológico, reduz as práticas sociais a ‘papéis sociais’ sexuados que remetem ao destino natural da espécie.

Segundo pesquisa do IBGE (2019), em 2018, 148,8 milhões de brasileiras e brasileiros realizavam pelo menos um tipo de trabalho não remunerado, 10,2 milhões a mais que em 2016, quando esse número era de 138,6 milhões. Os afazeres domésticos constituem o trabalho não remunerado realizado pelo maior contingente de pessoas, cerca de 145 milhões realizam alguma atividade doméstica no próprio domicílio ou na casa de parentes. Este número também aumentou em 10,2 milhões de pessoas em relação a 2016, quando esse somava 134,90 milhões. Desse total as mulheres são a maioria na dedicação com os afazeres do lar, 93% delas com 14 anos ou mais fazem algum trabalho doméstico, em média, o dobro de tarefas domésticas que os homens. Desses afazeres, 95,5% preparam ou servem alimentos, além de arrumar a mesa ou lavar a louça e 90,9% cuidam da manutenção de roupas e sapatos. Entre os homens, estes percentuais são, respectivamente, de 60,8% e 54%.

Woortmann (1978), em pesquisa com grupos sociais de baixa renda (rurais e urbanos), evidencia que cabe às mulheres, normalmente a esposa-mãe, o papel de realizar alguns serviços e administrar o regime alimentar da família. Em conformidade com esses resultados, o estudo de Barbosa (2007) mostrou que, para 70% das investigadas, é a mãe ou esposa a encarregada principal pela comida, a seleção e o preparo das refeições. Observa-se nesse estudo, que as relações com a alimentação se dão por meio de uma divisão de tarefas marcada histórica e socialmente por hierarquias que permeiam o universo do feminino e do masculino, estabelecendo papéis sociais e culturais que podem variar ou não no tempo e no espaço.

Para uma melhor interpretação dos resultados, considerou-se individualmente os quatro grupos de consumidoras previamente estabelecidos (A, B, C, D), a fim de identificar suas características individuais e posteriormente as relações entre eles. Na Figura 3, apresenta-se uma ilustração dos principais dados e características observadas em cada perfil socioeconômico de consumo. Observa-se que as interlocutoras do Perfil 'A' são aquelas que correspondem ao menor número da amostra constituída de 3 consumidoras do sexo feminino com renda domiciliar maior que 5 salários mínimos. A média de idade desse grupo é de 50 anos, sendo todas casadas e com nível de escolaridade que varia do ensino médio, passando pelo ensino superior até a pós-graduação. A ocupação principal das consumidoras, em 66,67% dos casos, é em cargos públicos e, em 33,33%, como donas de casa. A média de residentes no domicílio foi de 3 pessoas, sendo que 100% afirmaram ter as (os) filhas (os) residindo na casa e 66,67% dividir o espaço com o marido. Em um dos casos, o companheiro residia em cidade diferente e não ocupava o domicílio regularmente, salvo nos fins de semana ou datas e comemorações especiais.

Figura 3: Caracterização principal dos perfis de consumidoras.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

As consumidoras do Perfil 'A', quando questionadas sobre o *status* que acreditam ocupar no grupo familiar, em 66,67% dos casos reconheceram-se no papel de esposas e 33,33% no de mães. Em relação à empregada doméstica, todas indicaram não ter ajuda para os trabalhos do lar, enquanto 33,33% considera o auxílio de uma diarista uma vez na semana ou durante o mês. As mulheres foram as principais responsáveis pela compra, seleção e preparo da alimentação. Nos três casos, o companheiro e/ou as filhas e filhos participam apenas da seleção e da compra dos alimentos. O preparo da comida por outros membros da família acontece esporadicamente quase sempre de forma voluntária nos finais de semana ou em datas especiais e comemorativas, sendo que a responsabilidade maior sempre recai sobre a esposa, tal como se constatou no estudo de Barbosa (2007).

No Perfil 'B', a amostra de consumidoras configurou-se em 89,89% do sexo feminino e 11,11% do sexo masculino, em um total de 9 participantes com idade média de 44 anos. A renda domiciliar desse grupo é em torno de 2 a 5 salários, sendo que no domicílio residem em média 3 pessoas entre esposa/marido, filha (o) e amigas (os). O principal estado civil é casada, em 55,56% dos casos; 33,33% afirma ser solteira e 11,11% divorciada. O grau de escolaridade, em 44,44%, é de pós-graduação; 22,22% cursaram até o ensino fundamental; 11,11%, o ensino superior; 11,11%, o ensino médio e 11,11%, o ensino técnico. A ocupação principal, em 33,33% das situações, está vinculada a diferentes atividades de caráter autônomo; 22% estão no serviço público; 11,11% são aposentadas; 11,11% são donas de casa; 11,11% são proprietárias comerciais e 11,11% declaram-se professoras da rede privada.

A figura social da empregada doméstica também está ausente, em 22,22% das respostas menciona-se a presença de diarista para auxiliar no trabalho doméstico. Sobre o *status* que ocupam dentro do grupo familiar/domiciliar, 44,44% afirmam-se no papel de mães, enquanto 22,22% no de esposas; 11,11%, no de filhas; 11,11%, no de amigas e 11,11% disseram morar sozinhas. Das responsáveis pela compra, seleção e preparo dos alimentos, 55,56% afirmaram ser a esposa a encarregada principal; 11,11%, a filha; 11,11%, a amiga; 11,11%, a mãe e 11,11% mora sozinha, sendo a própria responsável pela alimentação.

No Perfil 'C', apresentam-se as consumidoras que representam 34,88% do total da amostra e que afirmam receber renda de 1 a 2 salários mínimos. Essa categoria é composta por 15 respondentes, sendo 93,33% do sexo feminino e 6,67% do masculino. A idade média do grupo é de 50 anos. O estado civil de maior representatividade é casada, em 60% das respostas, seguido de solteira com 26,67%; 6,67% de viúvas e de 6,67% divorciadas. O grau de escolaridade de maior significância é o ensino médio, com 53,33%, acompanhado de 26,67% do ensino fundamental; 13,33% declarou já ter cursado o ensino superior e 6,67% o

nível técnico. A ocupação principal se caracteriza por aposentadas e autônomas, 20% de cada um dos grupos; 13% é de estudantes de nível superior e médio; 13,33% está em função pública; 6,67% trabalha no lar; 6,67% estagia; 6,67% diarista; 6,67% atua em empresas privadas e 6,67% na rede privada como professora.

A média de residentes por domicílio foi de 3 pessoas, sendo que em 53% dos casos o marido também reside, em 40% os filhos estão presentes e 27% não possui outra companhia para dividir o lar (mora sozinha). A presença de empregada doméstica não foi registrada e a diarista é utilizada em 6,67% dos domicílios como um auxílio esporádico. No grupo 'C', o reconhecimento do *status* dentro do núcleo familiar ou domiciliar se caracteriza principalmente pela categoria de esposa em 40% da amostra; 26,67% como mães; 26,67% moram sozinhas e 6,67% como amigas. A responsabilidade pela compra, seleção e preparo da comida ficou, em sua grande maioria, a critério das esposas (46,67%); em 13,33% ao encargo das mães; 6,67% das filhas e 33,33% sob a própria responsabilidade da respondente, pois afirmou morar sozinha.

Por fim, o Perfil 'D', apresentado na Figura 3, é o que possui o público mais expressivo da pesquisa com 16 participantes, compondo 37% da amostra com renda domiciliar equivalente a 1/8 até 1 salário mínimo. Esse grupo também é formado por uma maioria de consumidoras do sexo feminino, o equivalente a 81,25% das respostas, e 18,75% de consumidores do sexo masculino. A idade média do grupo é de 62 anos, com estado civil correspondente a 37,50% de viúvas; 31,25% de casadas; 18,75% de solteiras e 12,50% de divorciadas.

O grau de escolaridade mais expressivo entre as entrevistadas é o ensino fundamental, em 75% das respostas, seguido de 12,50% de analfabetas e 12,50% de pessoas que cursaram até o ensino médio. A ocupação principal ficou na categoria de aposentadas (43,75%); 31,25% afirmou exercer atividades no lar; 12,50% disse estar sem emprego no momento da pesquisa; 6,25% definiu-se como autônoma e 6,25% como estagiária. A média de residentes no domicílio é de 2,25 pessoas, sendo que em 31% dos casos as respondentes afirmaram morar sozinhas. Em 25% das respostas disseram compartilhar o lar com o marido; 44% afirmou ter filhas (os) morando no domicílio; 19% dividir a casa com netas (os) e 6% com a esposa. Nesse perfil, a presença de empregada doméstica e da diarista não foi verificada.

Quando se questionou a respeito do *status* dentro do grupo familiar ou domiciliar, o grupo se caracterizou especialmente como mães e avós em 57% dos casos; 31% diz morar sozinha; 6%, com o marido e 6%, com a esposa. A obrigação principal da compra e seleção

dos alimentos, em 31% dos casos, ocorreu em função das mães e avós; seguido de 31% que afirmaram morar só, sendo responsáveis pela própria comida; 26% é a esposa; 6% são filhas e 6%, o marido. No quesito preparo da comida, 38% afirmou ser a mãe ou avó a responsável; 31% diz ser ‘eu mesma’ por morar solo; 25%, a esposa e 6%, o marido.

Ao fazer uma análise comparativa entre os quatro perfis de consumo, verifica-se que a idade média das respondentes são aproximadas, sendo que o Perfil ‘B’ se caracteriza como o mais novo, com média de idade de 44 anos e, o Perfil ‘D’ como o mais velho, com média de 62 anos. O estado civil dos Perfis A, B e C possui certa relação ao se caracterizar no *status* de casada, enquanto os membros do Perfil ‘D’, que são também aqueles que apresentam idade mais avançada, ficaram no estado civil principalmente de viúva.

O nível de escolaridade variou em ambos os perfis. Nos dois extremos, observa-se que o grau mais elevado ficou com o Perfil ‘B’, em nível de pós-graduação, enquanto o Perfil ‘D’ ficou concentrado em participantes de nível educacional fundamental. Na pesquisa empírica de Santos e Silva (2015), constatou-se que indivíduos que possuem escolaridade mais elevada apresentam maiores chances de consumir alguns tipos de alimentos específicos, como os orgânicos, por exemplo. Nesse caso, a variável ‘escolaridade’ pode ser tanto um indicador importante quando se trata das escolhas e preferências alimentares bem como um facilitador para o acesso a informações sobre os alimentos.

O Perfil ‘D’ se caracteriza como o grupo de consumidoras que possui a renda domiciliar mais baixa da amostra analisada. Nesse caso, a variável ‘renda’ também pode ser um elemento importante em relação à possibilidade de o indivíduo potencializar suas escolhas. Pons (2005) observa que a renda individual e/ou familiar é um fator econômico que está associado diretamente às escolhas dos alimentos. Tais aspectos se verificam tanto em contextos em que o poder aquisitivo permite maior liberdade de escolha quanto em níveis mais reduzidos de seleção e acesso. O estudo de Santos e Silva (2015) evidenciou que os indivíduos com renda mais elevada apresentam uma probabilidade maior de consumir determinados alimentos, pois, mesmo que se decida optar por uma alimentação mais saudável, social e ambientalmente responsável, como no caso dos orgânicos, as preferências mostram-se mais restritas quando o custo se torna mais elevado.

Nesse sentido, trabalhos como os de Brandão (2005) e Casemiro (2007) corroboram ao revelar que um maior nível escolar e renda elevada são elementos essenciais na composição de características específicas no consumo de alimentos. Isso significa também considerar que a disponibilidade de oferta e de renda pode estar diretamente atrelada à aquisição de alimentos com maior liberdade de escolha e preferências peculiares. Contudo, é

fundamental também considerar que esses podem não ser os únicos fatores que influenciam as escolhas de consumo.

Observa-se que a ocupação/profissão principal das participantes que estão em cargos públicos atrela-se mais ao Perfil de consumo 'A', sendo esse o que se caracteriza como o grupo de consumo com renda mais elevada. Além disso, os Perfis 'B' e 'C' se aproximam no sentido de terem consumidoras com atuação profissional em diferentes segmentos autônomos. Do mesmo modo, os Perfis 'C' e 'D', apresentam características comuns em relação ao número de aposentadas, contudo, o grupo 'D' ainda se sobressai nesse quesito, pois, além disso, é o único grupo que apresentou pessoas em situação de desemprego, alguns vulneráveis socialmente, sendo o perfil com a renda econômica mais baixa.

O número médio de residentes por domicílio foi o mesmo para os Perfis A, B e C ficando em torno de 3 pessoas, variando apenas no grupo 'D' com um número reduzido para 2,25. Em relação ao *status* que acreditam ocupar dentro do núcleo familiar, observa-se que nos Perfis 'A' e 'C' caracterizam-se principalmente como esposas, enquanto para o 'B' é o de mãe e para o Perfil 'D' se sobressai o *status* de mães e avós. Isso pode ser explicado também por esse último grupo se tratar daquele que representa a idade mais avançada, com aposentadas e donas de casa que relataram a responsabilidade de cuidar dos filhos e/ou netos.

A variável 'presença de empregada doméstica' é um elemento comum entre os quatro perfis. Nenhum grupo, mesmo os que possuem renda mais elevada (A e B) e que também se entende com maior disponibilidade para pagamento do serviço, considerou a necessidade ou possibilidade de manter vínculo empregatício para a realização dos trabalhos domésticos. Nesse sentido, a diarista surge como uma opção de ajuda e auxílio nas tarefas domésticas em dias específicos da semana ou durante o mês nos Perfis A, B e, também, no C. Contudo, mesmo com a presença das diaristas, em nenhuma das situações se constatou qualquer envolvimento dessas com a alimentação. Quando se trata da alimentação, a diarista não exerce função qualquer quanto à preparação, seleção, escolha ou compra da comida, evidenciando simbolicamente as representações da comida familiar no domínio das relações com o privado, isto é, com o domicílio e com as pessoas que ali vivem.

Tal como sinalizava os estudos de Barbosa (2007), a comida para a população brasileira é um elemento de responsabilidade diretamente vinculado àqueles que ocupam o lar, sendo um meio de socialização a partir de hábitos alimentares compartilhados à mesa. Apesar das pressões da vida contemporânea, ela representa uma prática importante na unidade familiar que transcende a renda, os gêneros e as faixas etárias. Esses aspectos são

identificados nos discursos que associam o ‘comer em casa’ à saúde, à familiaridade, às tradições e às experiências sensoriais, como o relato a seguir evidencia.

Aqui em casa quase não consumimos produtos industrializados, compramos direto da agricultura familiar. Eu aprendi a cozinhar com a mãe, faço quase tudo em casa, pão, massa, bolo, salgados. Apesar da gente está um pouco ‘gordinho’ (risos) acho que temos uma boa saúde pelo fato de eu conseguir cozinhar em casa mesmo, com tempo. Antes eu não podia porque trabalhava fora. (Consumidora 1: Pato Branco/PR, 2018).

Por meio da narrativa sobre a comida, observam-se o espaço das memórias, da família, dos saberes, das tradições e o espaço do privado atrelado às possibilidades de uma alimentação mais saudável a partir das refeições caseiras. Nesse quadro, o natural, o fresco e o caseiro surgem valorados positivamente, como destacado por Menasche (2010) em sua pesquisa com moradoras e moradores de Porto Alegre (RS). Assim, o alimento natural e caseiro não seria apenas considerado o de melhor gosto, mas se afirma em oposição ao artificial, processado, industrializado, moderno e, portanto, é saudável. Além disso, constata-se a relação do ‘tempo’ enquanto um fator diretamente associado à melhora dos hábitos alimentares, por permitir maior disponibilidade na compra e seleção dos alimentos, na escolha do cardápio, nos pratos confeccionados e no preparo das refeições.

Conforme Barbosa (2007), a indústria alimentar não conseguiu deslocar as refeições caseiras no Brasil, além disso, existem representações bastante negativas sobre a comida industrializada, sobretudo, o *fast food*. Mesmo nos casos em que se constatou restrição de horários, devido a trabalho, estudo ou outros compromissos externos ao domicílio, as evidências são de que sempre ‘se dá um jeito’ de preparar o alimento. Pode-se citar, por exemplo, o preparo na noite anterior para se comer no dia seguinte no almoço, conforme a fala da Consumidora 29: *‘Eu mesma que faço a comida, cuido muito na gordura, uso só banha. Às vezes, quando não dá tempo, faço de noite pra comer de meio dia. Assim a gente faz as refeições caseiras, é mais gostoso e saudável’*.

Nessa perspectiva, os dados não parecem se ajustar a tese da homogeneização do gosto proposta por Malassi (1973), que ao entender que a alimentação, estando sob o domínio das corporações agroindustriais, levaria a uma oferta de alimentos idênticos para uma massa de consumidores que, por sua vez, os consumiriam passivamente a partir de hábitos muitos semelhantes entre si. O mesmo foi identificado no estudo de Barbosa (2007), ao evidenciar que mais de 90% dos respondentes de sua pesquisa compram a matéria-prima de suas refeições para prepará-las em casa. Isso significa, de certo modo, que a padronização e a produção em larga escala nem sempre são vistas como as únicas alternativas, sendo, muitas

vezes, rejeitada por aqueles que desconsideram a uniformidade e a perda de identidade do alimento.

Ao observar os quatro perfis, percebe-se que as mulheres ocupam o papel de protagonistas em relação à alimentação, não apenas no sentido da preparação da comida no espaço privado, isto é, no domicílio, mas também no espaço público, a partir da seleção e compra dos alimentos. Do total da amostra analisada, em apenas um dos casos, o homem declarou ser o principal responsável pela alimentação do lar, afirmando que a esposa é uma companhia durante a compra e a seleção dos alimentos e no preparo da comida, uma ajudante. De modo geral, as declarações por parte das mulheres, especialmente as aposentadas, foram de que os companheiros ou aqueles que dividem o mesmo espaço na casa (do sexo masculino) são apenas acompanhantes durante a compra, auxiliando na seleção de alguns alimentos e esporadicamente preocupam-se com o preparo da comida, exceto nos finais de semana, com o famoso churrasco de domingo.

Ele (o marido) vai no mercado junto comigo, às vezes, me ajuda a escolher algumas coisas que ele gosta de comer. Mas em casa quem cozinha e prepara é sempre eu. (Consumidora 9: Pato Branco/PR, 2018).

Ele vai comigo na feira, no mercado, me leva lá naquele lugar que vende cereais. Quando vem gente vender mel, queijo e salame ele escolhe. Mas com a comida é só eu que lido. Tem dias que ele seca a louça. (Consumidora 11: Pato Branco/PR, 2018).

Por meio dos relatos apresentados, percebe-se que a relação masculina com a alimentação corrobora o estudo de Assunção (2008), que enfatizou que poucos homens cozinham no lar. A participação no preparo da comida e em outras atividades domésticas como limpar e lavar, quando ocorre, se dá em proporções muito menores do que as tarefas destinadas às mulheres. Tais atividades normalmente estão associadas a uma ‘ajuda’ a mulher, o que normalmente ocorre quando ela está impossibilitada de realizar uma função, quando está doente, machuca-se ou viaja, por exemplo. Nesse sentido, torna-se então evidente o que foi argumentado por Hirata e Kergoat (2007) que uma enorme massa de trabalho é efetuada gratuitamente pelas mulheres, que esse trabalho é considerado invisível, que é realizado não para elas mesmas, mas para outros, sempre em nome da natureza, do amor e do dever materno.

Barbosa (2007) evidenciou a tensão permanente das mulheres, em 70% dos casos por ela investigados, em função da tarefa de escolher e preparar a alimentação. Nesse caso, a tensão maior está centrada na relação da obrigação diária vinculada a uma rotina do ‘ter que decidir’ o cardápio para a família, bem como pela preocupação em agradar a todos, fato que

não ocorre com os indivíduos do sexo masculino. Como explica Woortmann (1978), ao homem compete o cargo de abastecer a casa de alimento, à mulher o de transformar o alimento em comida. Essa divisão sexual do trabalho corresponde aos resultados encontrados nessa pesquisa, os quais se constatou que, independentemente da situação socioeconômica domiciliar, o dever culinário e o espaço social representado pela cozinha recai sobretudo a esfera feminina. Assim, enquanto mães, esposas, avós e donas de casa, às mulheres compete gerenciar a alimentação, tomando decisões e administrando os conflitos que a envolvem.

Nesse sentido, para uma melhor interpretação e contextualização dos quatro perfis de consumidoras, os grupos socioeconômicos que melhor caracterizam a população estudada são:

- a) Perfil A: classe média alta, representada por mulheres que arrecadam acima de 5 salários mínimos, moram no centro da cidade, são principalmente servidoras públicas, casadas, com média de idade de 50 anos, possuem graus de instrução variados entre médio, superior e pós-graduação, na casa residem em média 3 pessoas, não contam com empregada doméstica e a esposa é a principal responsável pela alimentação;
- b) Perfil B: classe média baixa, possui nível superior de instrução, grupo representado por indivíduos que declaram renda de 2 a 5 salários mínimos, idade média de 44 anos, o estado civil principal é casada, são pessoas que contam com pós-graduação, ocupam-se principalmente como autônomas, a média de residentes é de 3 pessoas por domicílio, possuem a presença de diarista e a responsável principal pela compra e preparo da comida é a esposa;
- c) Perfil C: classe popular com nível intermediário de instrução, residente em bairros populares, mais bem representada por indivíduos que declaram renda de 1 a 2 salários mínimos, idade média de 50 anos, possuem segundo grau completo, são pessoas casadas. Autônomas e aposentadas são as ocupações que melhor representam tal grupo, não possuem empregada doméstica, mas diarista; no domicílio residem em torno de 3 pessoas, a principal responsável pela alimentação é a esposa;
- d) Perfil D: pobres urbanos com baixo nível de instrução e que residem em bairros periféricos, são representados por indivíduos que declaram baixa renda, em torno de 1 salário mínimo, aposentadas com mais de 60 anos, se encontram na terceira idade, viúvas, não contam com empregada doméstica e residem em média 2 pessoas no domicílio. As responsáveis principais pela comida são a mãe e a avó.

4.2 IMPORTÂNCIA SOCIOECONÔMICA DOS GRUPOS DE ALIMENTOS NA RENDA DOMICILIAR

Nesse tópico serão discutidos os gastos mensais que se destinam à alimentação, tendo em vista os grupos de alimentos e sua importância socioeconômica na renda domiciliar. Segundo dados da POF (2008-2009), na época da pesquisa, as despesas com alimentação representavam em torno de 16,1% da despesa total das famílias brasileiras. Apesar de perder lugar nas últimas décadas, os gastos com alimentação ainda são o segundo item mais importante na participação das despesas das famílias chegando a 19,8% das despesas totais de consumo, ficando apenas abaixo das com habitação que correspondem a 35,9%. Para as famílias de baixa renda (com até dois salários mínimos mensais), esses gastos podem representar até 29,60% do total dos recursos financeiros (IBGE, 2010). No estudo de Panigassi et al. (2008), com famílias em situação de insegurança alimentar, esses valores aparecem ainda mais significativos ao se considerar que destinavam cerca de 68% da renda às despesas com alimentação, sendo o principal item no orçamento dessas famílias.

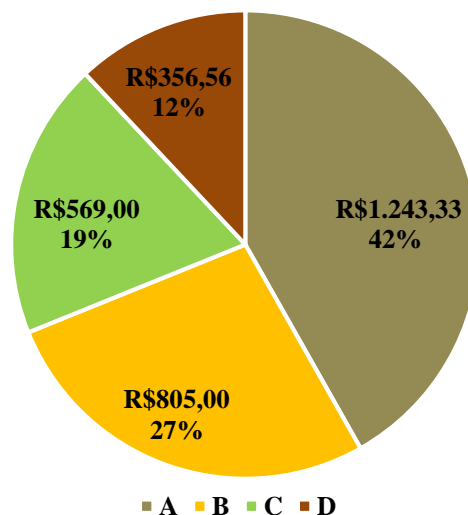
Barbosa e Barbosa (2014), explicam que os modelos de consumo alimentar podem diferenciar-se significativamente entre as várias regiões do País, seja por sua extensão continental, seja por fatores socioeconômicos ou demográficos. Por exemplo, no Norte e Nordeste, o gasto com alimentação representava quase 25% da despesa total, enquanto que para outras regiões, como a Sul, esse gasto representava, em média, 18% das despesas totais. Do mesmo modo, as disparidades podem ser significativas entre as áreas rurais e urbanas. Na área rural, a proporção de gastos com alimentação foi o segundo maior item no orçamento familiar com 27,6%, perdendo apenas para o grupo que inclui os gastos com habitação, em torno de 30,6%. Na área urbana esse gasto representava 19,0% do orçamento das famílias, sendo menor que a participação das despesas com habitação (36,4%) e com transporte (19,5%) (IBGE, 2010).

Pensando nisso, questionaram-se as participantes a respeito da média de gastos mensais com alimentação no domicílio. A média de despesas totais da amostra foi de R\$ 586,40 mensais. Nesse sentido, as análises das despesas mensais com alimentação também se deram a partir dos perfis de consumo, construídos na seção anterior. No Gráfico 4, é possível visualizar os gastos com alimentação para os quatro perfis de forma individual, considerando

os nove grupos de alimentos, bem como quanto essa despesa representa na média total de gastos da amostra¹⁸.

Observa-se que aqueles que correspondem ao Perfil ‘A’ gastam mensalmente em torno de R\$ 1.243,33 com alimentação. Esse é o grupo que ocupa a maior fatia na média de gastos da amostra com 42%, sendo também aquele que possui o maior poder de compra em relação aos demais perfis. O Perfil ‘B’ declarou gastar em média R\$ 805,00, em torno de 27% dos gastos da amostra. O Perfil ‘C’ possui uma despesa média de R\$ 569,00 mensais, correspondente a 19% do total das despesas com consumo alimentar. Já o Perfil ‘D’, aquele com consumidoras com a menor renda socioeconômica, costuma gastar em média R\$ 356,56 mensais, uma estimativa de 12% dos gastos alimentares do total da amostragem.

Gráfico 4: Média de gastos com alimentação no domicílio por perfis de consumo.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

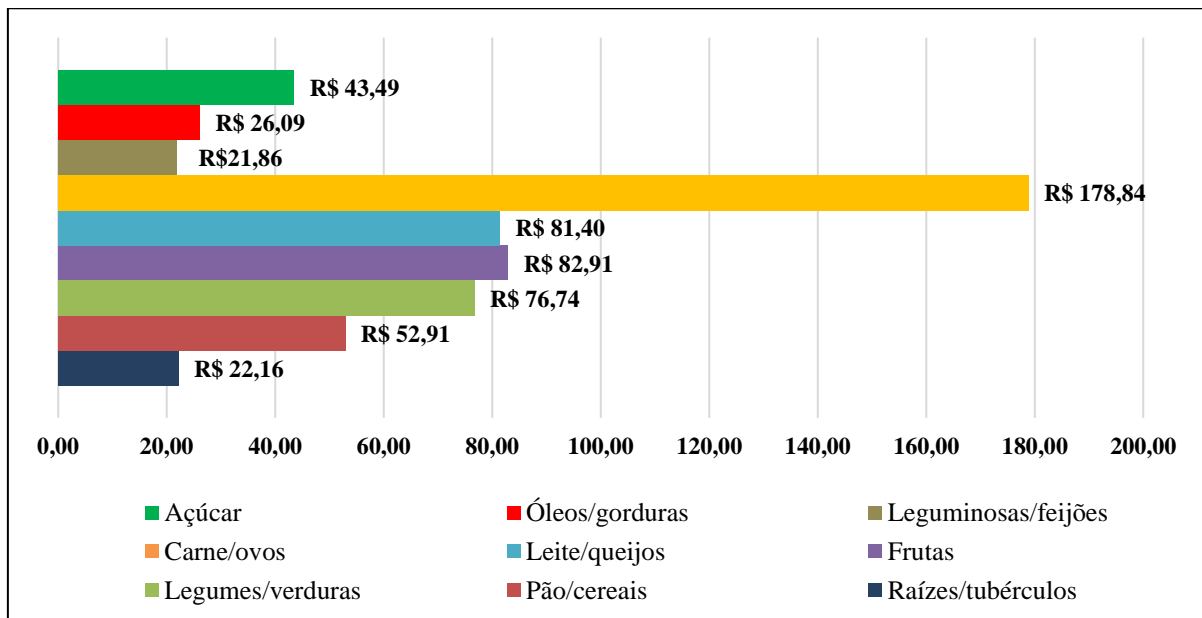
Cotejando esses resultados em termos de salário mínimo, os gastos com alimentação do Perfil ‘A’ representam em média 130,33%; para o Perfil ‘B’, em torno de 84,38%; para o Perfil ‘C’, 59,64% e o Perfil ‘D’, 37,38% do salário mínimo. De modo geral, ao analisar a média dos gastos destinados à alimentação em cada perfil, os resultados indicam valores superiores àqueles comparados a POF (2008 – 2009). No documento, os domicílios que

¹⁸ Primeiramente, optou-se por investigar o gasto com cada grupo de alimento individualmente e, a partir disso, considerar o total de despesas com a alimentação. O propósito foi o de obter respostas mais efetivas, tendo em vista que os grupos alimentares aqui pesquisados não correspondem ao total da alimentação humana, já que não incluem as bebidas, por exemplo. Além disso, como o principal local de compra dos alimentos é o supermercado, acredita-se que, ao questionar a respeito do total de despesas com alimentação, há uma tendência dos participantes em associar gastos que incluiriam materiais de limpeza, de higiene e outros produtos de uso pessoal que não correspondem à alimentação de fato.

arrecadavam, na época da pesquisa, acima de 5 salários mínimos mensais, que seriam as participantes do Perfil ‘A’ no contexto desse estudo, indicam um gasto mensal de aproximadamente R\$ 900,00, enquanto que para os domicílios com renda até R\$ 830,00 ao mês (consumidoras enquadradas no Perfil ‘D’), o saldo é de apenas R\$ 205,56 (IBGE, 2010).

No Gráfico 5, apresenta-se a média total de gastos da amostra considerando cada grupo de alimento. Pretendeu-se com isso demonstrar a importância de cada um dentro do quadro socioeconômico das consumidoras, a fim de identificar quais ocupam maior e menor despesa nos rendimentos domiciliares. Os resultados podem ser visualizados conforme a média de gastos destinados a cada grupo de alimento respectivamente.

Gráfico 5: Gasto médio mensal (R\$) com cada grupo de alimento pelo total da amostra.



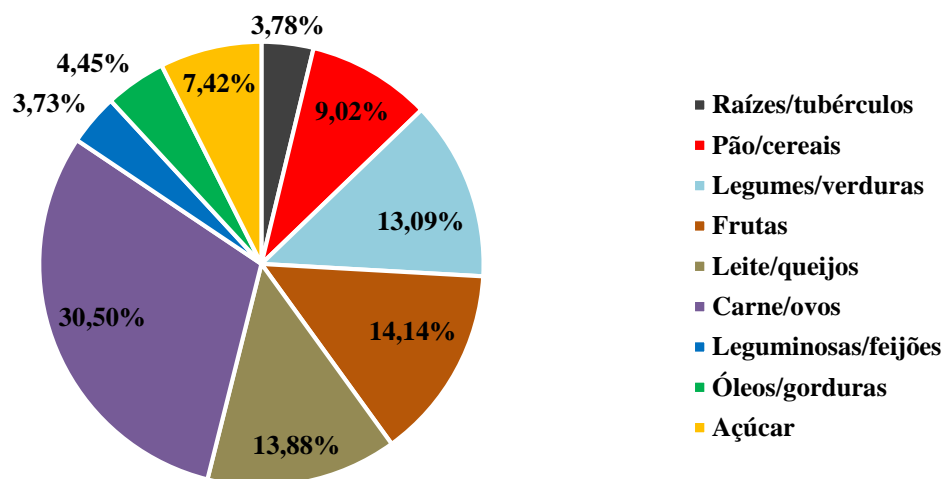
Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Do total da amostragem, ‘carnes e ovos’ foi o grupo que apresentou a diferença mais significativa quando comparado às despesas dos demais; mensalmente a média de gasto foi de R\$ 178,84 por domicílio. As ‘frutas’ (R\$ 82,91) e ‘leite e queijos’ (R\$ 81,40) ocupam posições muito próximas nas despesas alimentares, enquanto ‘legumes e verduras’, em média, correspondem a R\$ 76,74 da renda domiciliar. A média de gastos com o grupo ‘pães e cereais’ ficou em torno de R\$ 52,91, seguida do grupo ‘açúcares’ com R\$ 43,49 e ‘óleos e gorduras’ R\$ 26,09. Os grupos ‘raízes e tubérculos’ (R\$ 22,16) e ‘leguminosas e feijões’ (R\$ 21,86) são aqueles que representam, em menor quantidade, os gastos com alimentação. Esses grupos também foram indicados como aqueles que não se deixaria de consumir no caso de

uma redução na renda, conforme se apresentará a seguir no tópico 5.2, possivelmente por serem considerados itens principais na dieta ou também ter um baixo custo na compra.

Na medida em que se entende que os gastos com alimentação são importantes no orçamento domiciliar, procurou-se identificar a participação que cada grupo representa no total das despesas com alimentação. No Gráfico 6, visualiza-se os resultados coletados, indicando a participação de cada grupo dentro dos gastos totais com alimentação. O grupo de alimentos que teve maior investimento nas despesas domiciliares foi o da ‘carne e ovos’ com 30,50%, seguido de ‘frutas’ que ocupa 14,14% e ‘leite e queijos’ com 13,88% dos gastos. Correspondem aos ‘legumes e verduras 13,09%; 9,02% aos ‘pães e cereais’ e 7,42% o grupo ‘açúcares’.

Gráfico 6: Participação dos grupos de alimentos nas despesas com alimentação.



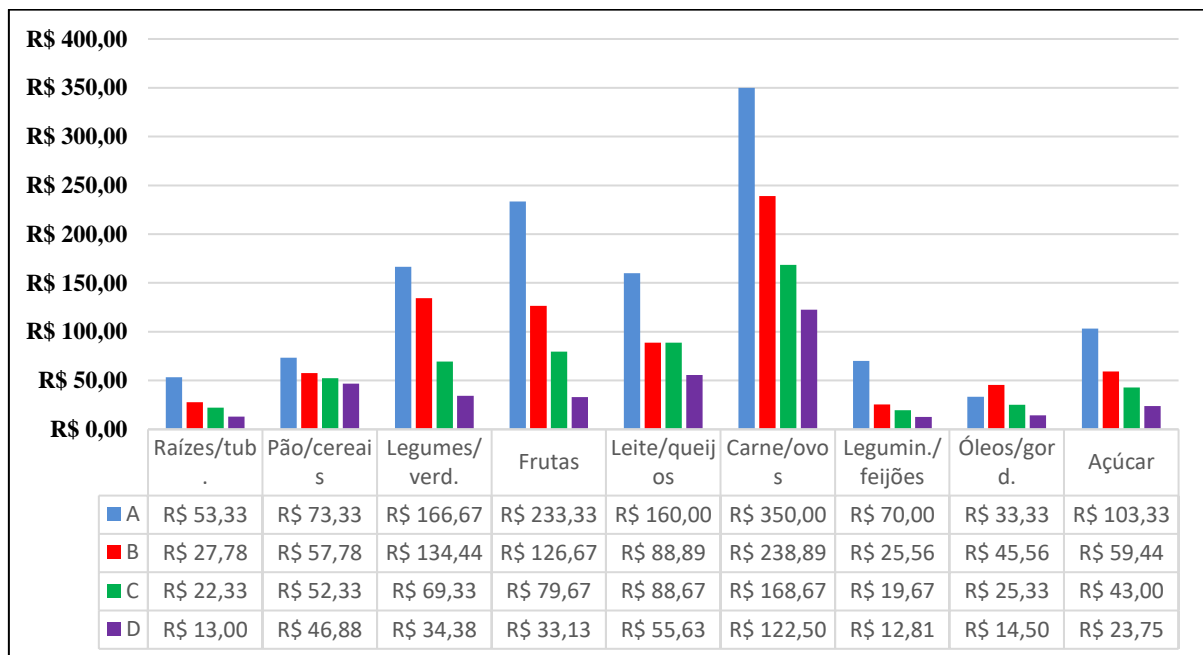
Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Como se observa, o grupo ‘óleos e gorduras’ representa 4,45%; ‘raízes e tubérculos’ 3,78% e ‘leguminosas e feijões’ 3,73% das despesas com comida. Esses resultados podem ser aproximados aos dados da POF (2008-2009), ao indicar que o grupo das carnes teve a maior despesa no orçamento familiar (21,9%), próximo aos resultados da região Sul (22,3%). E o grupo de óleos e gorduras o menor investimento (2,3%), como aqui apresentado. Também de forma semelhante, o gasto com frutas (4,6%) foi maior em comparação ao grupo de legumes e verduras (3,3%), assim como verificado nessa pesquisa (IBGE, 2010).

As análises dos gastos médios mensais com cada grupo também se deram a partir dos perfis de consumidoras. Assim, ao observar as despesas dos grupos de alimentos em relação a

cada perfil, entendem-se algumas especificidades e variações de consumo entre um segmento social e outro, como a disposição em pagar mais ou menos por um tipo específico de alimento, as restrições de acesso a certos alimentos devido às dificuldades econômicas e algumas preferências alimentares. Para tanto, considerando individualmente os quatro perfis de consumo e o gasto médio com cada grupo de alimento, a seguir apresenta-se no Gráfico 7 os resultados coletados.

Gráfico 7: Gasto médio mensal (R\$) dos grupos de alimentos por perfis de consumo.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

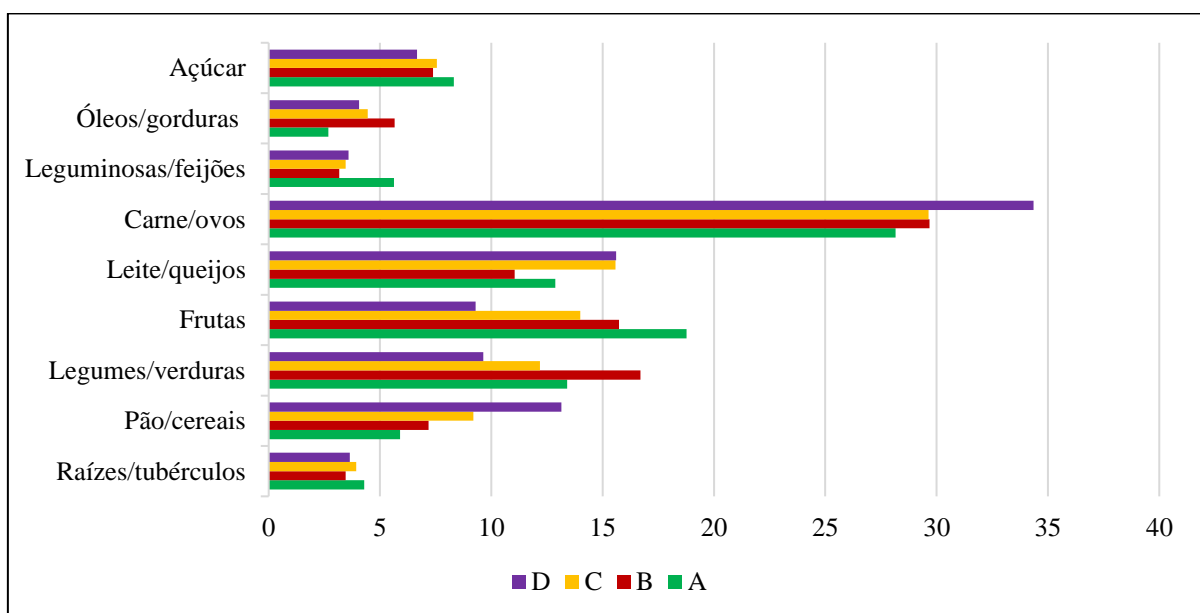
Seguindo a análise a partir dos grupos alimentares, no grupo ‘raízes e tubérculos’, o Perfil ‘A’ apresenta-se como o mais disposto a pagar por esses alimentos, destinando R\$ 53,22, ao mês, da renda domiciliar disponível à alimentação. O Perfil ‘B’, em torno de R\$ 27,78; o ‘C’, R\$ 22,33; enquanto o ‘D’, R\$ 13,00 mensais. No grupo ‘pão e cereais’, o Perfil ‘A’ declarou gastar R\$ 73,33; o Perfil ‘B’, R\$ 57,78; o Perfil ‘C’, R\$ 52,33 e o Perfil ‘D’, R\$ 46,88 mensais, sendo esse o que apresenta a diferença mais significativa ao se analisar os dois extremos (Perfis A e D), conforme será discutido a seguir. Com ‘legumes e verduras’, as participantes do Perfil ‘A’ gastam, em média, R\$ 166,67; as (os) do Perfil ‘B’, R\$ 134,44; as do Perfil ‘C’, R\$ 69,33 e as (os) do Perfil ‘D’, apenas R\$ 34,38. Ainda no grupo ‘frutas’, o Perfil ‘A’ destina mensalmente R\$ 233,33; o ‘B’, R\$ 126,67; o ‘C’, R\$ 79,67, enquanto o Perfil ‘D’, em média, R\$ 33,13, mostrando uma disparidade significativa ao comparar os Perfis ‘A’ e ‘D’.

De acordo com o Gráfico 7, a média de gasto com o grupo ‘leite e queijos’ para o Perfil ‘A’ é de R\$ 160,00 mensais; para o Perfil ‘B’ é de R\$ 88,89; o ‘C’ ficou em torno de R\$ 88,67; e o Perfil ‘D’ com R\$ 55,63. As despesas mensais com o grupo ‘carne e ovos’ para o Perfil ‘A’ é em torno de R\$ 350,00; para o ‘B’ é de R\$ 238,89; o ‘C’, R\$ 168,67 e para o Perfil ‘D’, R\$ 122,50. Nesse sentido, observa-se que, quanto maior a disponibilidade de renda domiciliar, maiores são os rendimentos destinados a esse grupo, conforme foi indicado pelos domicílios estudados na pesquisa da POF (2008 – 2009).

Os alimentos enquadrados no grupo ‘leguminosas e feijões’ representam nas despesas do Perfil ‘A’ em torno de R\$ 70,00; do Perfil ‘B’, R\$ 25,56, para o ‘C’, em torno de R\$ 19,67 e o Perfil ‘D’, R\$ 12,81 mensais. As despesas com o grupo ‘óleos e gorduras’ para o Perfil ‘A’ ficaram em torno de R\$ 33,33 mensais; para o Perfil ‘B’, R\$ 45,56, enquanto o Perfil ‘C’ ficou com R\$ 25,33 e o ‘D’ com média de R\$ 14,50 ao mês. Em relação ao grupo ‘açúcar’, identificou-se que o Perfil ‘A’ gasta, em média R\$ 103,33; o Perfil ‘B’, 59,44; o ‘C’, 43,00 e o Perfil ‘D’, R\$ 23,75 mensalmente.

Nessa perspectiva, o Gráfico 8, a seguir, objetiva comparar quanto os gastos com cada grupo de alimentos em termos percentuais contribuem para o total de despesas com alimentação no domicílio, considerando a média de gasto alimentar dos respectivos perfis de consumidoras.

Gráfico 8: Contribuição dos grupos de alimentos nos gastos mensais com alimentação por perfis de consumo (%).



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

O grupo ‘carne e ovos’ é aquele que mais se destaca ao se verificar que a ele se destina a maior parte dos gastos para os quatro perfis de consumo. Desse grupo, o Perfil ‘D’ é o que representa gastar mais em termos proporcionais de renda (6,2% a mais em relação ao ‘A’), destinando em torno de 34,36% de todo o gasto com alimentação a esses alimentos e seus derivados, enquanto o Perfil ‘B’ dispõe 29,68%; o ‘C’, cerca de 29,64%, e o ‘A’, em torno de 28,15%. Dessa forma, compreende-se que quanto maiores as disponibilidades dos recursos econômicos dos domicílios estudados, menores os gastos expedidos para esses alimentos. Tais resultados também foram constatados pela POF (2008-2009); contudo, vale ressaltar que essas análises indicam que, ao aumentar a renda *per capita*, menor é a tendência de as consumidoras realizarem suas refeições no domicílio, ou seja, aumentam as possibilidades do ‘comer fora’ diminuindo possivelmente o gasto com o consumo no domicílio.

Em seguida aparecem as ‘frutas’, para as quais o Perfil ‘A’ destina, em média, 18,77% do total de recursos com alimentação; o ‘B’ 15,74%; o Perfil ‘C’ 14,00% e o Perfil ‘D’ em torno de 9,29% dos gastos. Visualiza-se que o Perfil ‘B’ atribui a maior parte dos recursos para alimentação para o grupo ‘legumes e verduras’, cerca de 16,70% dos dispêndios, enquanto o Perfil ‘A’ 13,41%; o Perfil ‘C’ 12,18% e o ‘D’ 9,64%. Os dados apresentados pela POF (2008-2009) possuem uma relação com essas indicações, demonstrando que nas famílias com renda de até R\$ 400,00 por mês, apenas 3,3% dos gastos com alimentação eram destinados para a aquisição desses alimentos. Já em relação às famílias com renda superior a R\$ 4.000,00, destinavam-se 12,7% do valor.

No grupo ‘leite e queijos’, os Perfis ‘C’ e ‘D’ investem valores muito próximos para esses alimentos, sendo que o ‘D’ destina do total dos recursos 15,60% e o ‘C’ 15,58%. Da mesma forma, o Perfil ‘A’ gasta 12,87%, enquanto o ‘B’, 11,04%. Igualmente ao que foi observado nos resultados da POF (2008 – 2009), as indicações são de que, quanto maior a renda das consumidoras, menor será a participação desses alimentos nos gastos do domicílio. Como já foi analisado no Gráfico 6, o grupo de alimentos a que se destina a menor parte dos recursos financeiros é o de ‘leguminosas e feijões’, o Perfil ‘A’ com 5,63% dos gastos; o ‘D’ 3,59%; o ‘C’ 3,46% e o ‘B’ 3,18% das despesas. Em seguida ‘raízes e tubérculos’, sendo que o Perfil ‘A’ destina apenas 4,29% dos valores; o ‘B’ investindo a menor parte dos recursos com 3,45%; o Perfil ‘C’ em torno de 3,92% e o ‘D’ 3,65% das despesas totais.

De modo geral, avaliando o Gráfico 8, quando se trata da despesa com determinados alimentos, observa-se diferenças significativas em relação à média de gastos de um perfil de consumo para o outro. Esse é o caso do Perfil ‘D’ que gasta em média 2,2 vezes mais em

‘pães e cereais’ do que o Perfil ‘A’, isto é, 7,25% a mais. Considerando o grupo ‘frutas’, o Perfil ‘A’ destina 2 vezes mais do total de despesas com alimentação do que o ‘D’. Enquanto o Perfil ‘B’ destina 1,7 vezes a mais da sua renda para ‘legumes e verduras’ do que o Perfil ‘D’. Segundo indicações da POF (2008-2009), as despesas com ‘óleos e gorduras’ tendem a diminuir conforme a renda socioeconômica das consumidoras aumenta. Nesse estudo, essa tendência varia, já que esse é o único grupo em que o Perfil ‘B’ se sobressai, com 2,1 vezes mais gastos em relação ao Perfil ‘A’, e 1,4 vezes mais ao ser comparado ao Perfil ‘D’.

No que diz respeito ao grupo ‘carnes e ovos’, é sabido que a carne se constitui como um dos alimentos mais caros da dieta e está presente no orçamento de todos os perfis analisados. Segundo Murrieta (2001), a carne de gado representa simbolicamente um alimento de ascensão social ou de representação e associação de uma condição de classe. No seu estudo em comunidades ribeirinhas no Pará, ela é indicada pelos informantes como o alimento da elite, da abundância, do poder e prestígio das camadas socioeconômicas mais altas, nesse caso, representado pelos fazendeiros e criadores de gado. Nesse sentido, explica Canesqui (1976), que a carne está impressa num sistema classificatório que configura, entre outras coisas, as distinções entre a ‘comida de pobre’ e a ‘comida de rico’, servindo enquanto parâmetro para equacionar pessoas e suas respectivas diferenças de riqueza e poder.

Além disso, Adams (2018) reconhece que a carne é um símbolo do patriarcado e do domínio social. Segundo a autora, a crença de que a carne é um alimento masculino e seu consumo uma atividade para homens, permeia todas as classes independentemente de sua posição social e econômica. Historicamente a carne sempre foi constante no prato dos homens e intermitente no das mulheres, padrão esse observado também em situações de fome, quando a pobreza força sua distribuição conscienciosa e, nesse caso, as mulheres, são as mais mal alimentadas do grupo familiar. Visto que a carne é considerada um alimento indicador da virilidade social, um item potente e insubstituível da alimentação, ela é o prato principal de qualquer refeição e, por isso, pertence a dieta dos homens. Em contrapartida, as verduras, os legumes e outros alimentos que servem basicamente como acompanhamento, são considerados comida de mulher, por conseguinte, sinônimo de passividade, monotonia ou inatividade, fatores atribuídos e exigidos igualmente ao feminino¹⁹.

Nesse contexto, explica Adams (2018) que a hierarquia dos alimentos também está pautada na hierarquia dos sexos. Assim, quando se associa a carne à um alimento que promove força e virilidade ela torna-se imprescindível na dieta dos homens, ao mesmo tempo,

¹⁹ Isso não significa que os vegetais ocupem uma posição nutricional inferior na dieta, pelo contrário, são a base da constituição de proteínas, vitaminas e minerais presentes na carne.

quando se associa os vegetais à uma comida insossa, que serve, apenas como acompanhamento, colocam-se as mulheres em posição inferior aos homens.

Mesmo em domicílios de baixa renda, relatou-se o consumo, ao menos semanal ou mensal, desse alimento. Dessa forma, as diferenças de renda trazem consigo algumas variáveis, mais relacionadas à frequência de consumo de alimentos de mais alto custo, como é o caso da carne, do que pelo tipo de comida consumida. Durante a coleta de dados com consumidoras de baixa renda, muitas participantes relataram que, em algumas situações, o pedido da quantidade da compra se ajusta diretamente à disponibilidade de dinheiro. Além disso, a escolha do tipo de carne a ser consumida é preferencialmente pela mais barata, dando preferência às chamadas ‘carnes de segunda ou de terceira’, miudezas e músculos, ou carne moída e de porco (WOORTMANN, 1978).

É interessante notar a argumentação de Woortmann (1978), segundo a qual, que entre os consumidores de baixa renda, a base da alimentação, muitas vezes, é constituída pelos alimentos de preços mais acessíveis e que podem ser manipulados de forma a maximizar a rentabilidade da refeição. Explica o autor que a categoria ‘comida’ é entendida como o ‘alimento forte’, enquanto a mistura é o que acompanha o ‘alimento forte’ e a categoria ‘besteira’ pode ser entendida como as ‘frutas e verduras isoladas’. Percebe-se que, como no estudo do autor, a ‘comida’ constitui, também aqui, a base da alimentação, por isso é imprescindível para os grupos sociais com menor poder aquisitivo a compra de ‘comida’ (feijão, arroz, farinha, macarrão, carne, verduras). Nesse caso, o arroz com feijão parece se constituir no item central da categoria ‘comida’, sendo esse o alimento ‘forte’ mais acessível e que, em situações de carência, se torna o prato principal. A carne também representa o alimento ‘forte’, contudo, quando há situações de carência alimentar torna-se ‘mistura’ ou mesmo ‘besteira’. Nesse contexto, os alimentos considerados ‘fortes’ são entendidos como os que não podem faltar na dieta, ficando entre os primeiros itens da lista de compras.

Tendo em vista essas diferenças, é importante mencionar que algumas interlocutoras, especialmente aquelas que declaram renda inferior a dois salários mínimos (Perfis ‘C’ e ‘D’), relataram receber uma ‘ajuda’ mensal com alimentação. Por conta disso, alguns alimentos deixam de fazer parte de suas listas de compras para dar lugar a outros itens de subsistência. Esse auxílio, proveniente de programas e instituições sociais, como igrejas, CRAS (Centro de Referência de Assistência Social), Secretaria de Assistência Social, CEU de Artes e Esportes, e também de vizinhos e amigos, acontece a partir da chamada cesta básica, composta por um

conjunto de gêneros alimentícios, como o feijão, cereais, óleo, leite, açúcar, por exemplo, ou ainda por meio de outros provimentos como o Bolsa Família²⁰.

Entre os principais alimentos relatados estão os do grupo ‘óleos e gorduras’, os quais grande parte das participantes disseram não haver a necessidade de incluir nas compras mensais por serem itens permanentes da cesta que recebem. Especificamente, em relação ao óleo de cozinha, relatou-se a substituição do óleo de base industrial pela banha de porco. Nesse caso, a banha surge enquanto uma opção de alimento mais barato, contudo, não é apenas a diminuição do orçamento domiciliar que aparentemente tem influenciado seu consumo. Nos relatos de diferentes consumidoras, ela é também entendida como um alimento mais saudável para a saúde, já que a ela não é adicionado outros componentes artificiais, como no caso dos óleos e gorduras de base industrial.

O açúcar de mesa também é um alimento que pode ser descartado das compras das beneficiárias da cesta. Constatou-se que, especialmente para as famílias de baixa renda, ele é utilizado para criar doces, bolos, bolachas e tortas caseiras a base de farinhas. Na mesma lógica, no grupo ‘pão e cereais’, as farinhas, sobretudo a de trigo, utilizada para a confecção de bolos, tortas, massas e principalmente o pão caseiro, quase nunca são adicionadas à lista de compras. Em 42% dos casos, as consumidoras relataram fazer o próprio pão, não apenas com o propósito de diminuir as despesas mensais, mas por ser considerado um alimento importante da dieta, aquele que se come diariamente e ‘não pode faltar’ na mesa, conforme declara a Consumidora 41: *‘Ah, o pão é sagrado. É todo dia, não pode faltar. Faço em casa, não compro em outro lugar. Meu filho não fica sem [...]’*.

No grupo ‘leite e queijos’, o leite aparece enquanto um alimento imprescindível da cesta básica, sobretudo, para as famílias com crianças em idade de amamentação. Em quase todos os casos das participantes de Perfil ‘D’, em que se constatou a presença de crianças, relatou-se que nem sempre é possível comprá-lo. Para consumi-lo e dar aos filhos, além das famílias dependerem quase que exclusivamente do auxílio de políticas públicas, em grande medida, acabam também recorrendo a outras instituições sociais presentes no Município ou à ajuda de vizinhas (os) e amigas (os).

Com duas crianças pequenas leite não pode faltar em casa. Eu me preocupo muito por causa deles, ainda bem que a gente tem essa cesta do CEU das Artes que ajuda muito, sempre que falta leite eu vou lá pedir ajuda e também tem o Bolsa Família que recebo. (Consumidora 43: Pato Branco/PR, 2018).

²⁰ O Programa Bolsa Família é uma política pública instituída em 2003 durante o governo Lula. Trata-se de um programa de transferência de renda com o objetivo de combater a pobreza e a desigualdade. Nesse caso, os valores transferidos pelo governo podem variar conforme a renda mensal por pessoa da família e o número de crianças.

A partir da narração da Consumidora 43, mãe de dois meninos de um e três anos, verifica-se a importância dos alimentos provenientes de políticas públicas, programas sociais, instituições públicas e auxílios diversos na composição da dieta da família, principalmente daquelas que se encontram em situações mais vulneráveis de renda e acesso aos alimentos. O estudo de Martins (2013), com famílias beneficiárias do Bolsa Família, constatou que o maior impacto do Programa se traduz diretamente em maiores gastos com alimentação e consequentemente maior disponibilidade *per capita* total de calorias para as (os) beneficiárias (os). Segundo a autora, a maior disponibilidade de itens alimentares tem significado maior consumo de alimentos *in natura* ou minimamente processados. Nesse sentido, assim como se verifica no presente estudo, o aumento da disponibilidade de alimentos ou da renda deve ser considerado positivo pela capacidade de diversificar a dieta, melhorando em grande medida seu valor nutricional e sua palatabilidade.

Além do auxílio mensal materializado pelas cestas básicas e pelo Bolsa Família, constatou-se o cultivo de alimentos em vários quintais e terrenos durante a pesquisa de campo. Apesar de, inicialmente, não haver a proposta de investigar as relações e atividades de autoconsumo, chamou atenção o fato de que em 53% dos casos investigados, afirmou-se produzir algum tipo de alimento aos arredores dos quintais. Nesse contexto, verificou-se o cultivo individual de hortas com o propósito de prover o consumo da própria família. O tipo de produção encontrada assemelha-se àquela mencionada no estudo de Ribeiro et al. (2012), em Minas Gerais, que se utiliza dos recursos da terra em pequenos quintais ou lotes vagos, praticada geralmente por pessoas idosas e mulheres. Nesse estudo, a presença masculina, em grande parte, ocorre durante o plantio de alimentos e na realização de trabalhos considerados ‘pesados’, salvo quando os homens trabalham fora. Quando isso acontece, observou-se que as mulheres, quase sempre já idosas, são as únicas responsáveis pelos cuidados com a horta. São elas quem decide sobre o plantio, cuidam da manutenção, da limpeza e da sua própria construção, sendo responsáveis também pelo trabalho considerado ‘pesado’.

De acordo com pesquisa realizada pelo IBGE (2019), a produção para consumo próprio é a forma de trabalho não remunerado que teve maior aumento percentual nos últimos anos. Em 2018, 13 milhões de brasileiras e brasileiros produziam algo para consumo dentro do lar, 2,6 milhões a mais que em 2016, o que corresponde a um aumento de 25% no período. Nesse sentido, cerca de 80% da produção para próprio consumo é voltado para a cultura de subsistência a partir de atividades agrícolas. Esses resultados podem estar tanto associados à perda de poder aquisitivo, já que é considerado maior entre a população menos favorecida

economicamente, quanto pode estar relacionado com o maior interesse das pessoas em plantar a própria comida.

Na Figura 4, visualizam-se duas hortas urbanas (A e B) cultivadas em diferentes bairros do Município. A Figura 4A expõe uma horta agricultada pela Consumidora 22, localizada ao fundo do seu quintal, em um espaço consideravelmente grande em comparação ao da Figura 4B. Nela se produz legumes, verduras, frutas, chás e alguns temperos, além da criação de galinhas caipiras que servem para o consumo de carne e ovos (a consumidora não autorizou o uso da imagem das galinhas engaioladas). Na Figura 4B, o espaço da horta é reduzido, ficando à frente do quintal, *'onde sobrou lugar'*, explica a Consumidora 35. Nesse caso, ela diz que, ao invés de plantar flores, decidiu cultivar verduras, temperos, salada verde, chás e ervas medicinais, para auxiliar na alimentação diária da família, já que declarou ser necessário privar-se de vários alimentos durante o mês por falta de recursos materiais.

Figura 4: Hortas urbanas cultivadas pelas consumidoras.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Observa-se, igualmente ao que é apresentado no estudo de Paixão e Almeida (2012), na região do Baixo Onça, em Belo Horizonte, que o interesse e o conhecimento dos consumidores sobre as técnicas de cultivo e uso das plantas estão relacionados às memórias da infância que se constroem sob a influência de pais agricultores ou no fato dessas pessoas crescerem em cidades pequenas em que se praticava agricultura. As percepções relacionadas a isso podem ser identificadas no relato da Consumidora 35 quando questionada a respeito da horta: *'eu gosto de ter a horta, meu pai era agricultor e sempre tinha, aprendi com ele a*

plantar. Agora que tenho esse espaço aqui na frente gosto de plantar também'. A fala da Consumidora 18 também expressa as memórias e lembranças do plantar associada à figura do pai: *'Meu pai sempre foi agricultor. Faz quatro anos só que a gente mora na cidade, antes morava na roça e produzia pra consumir, por isso gosto da horta*'.

Um outro sentido pode ser atribuído à prática do autoconsumo, a exemplo do que é relatado pelo Consumidor 37: *'Eu sempre fui agricultor e plantava grande parte da minha comida, quando viemos pra cidade sobrou um pedaço de terra e eu quis continuar (plantando)*'. Nesse caso e também na fala da Consumidora 18, o cultivo da horta pode estar atrelado às memórias da infância, mas também às práticas realizadas enquanto profissão, da época em que eram agricultoras e agricultores. Dessa forma, os saberes adaptaram-se aos conhecimentos do contexto urbano em pequenos espaços de plantio, onde plantam como aprenderam na adolescência e juventude, empregando técnicas tradicionais de manejo da terra, utilizando-se de recursos da natureza e, por isso, dizem não gostar de usar adubos químicos ou venenos.

Nessa perspectiva, verifica-se que, entre as motivações que levaram à prática do autoconsumo, está a promoção da saúde e da segurança alimentar e nutricional, principalmente para as famílias de baixa renda, proporcionando o acesso a uma maior diversificação da dieta sem a utilização de agrotóxicos. A preocupação com a contaminação dos alimentos por agrotóxicos, aparece de forma explícita na fala das participantes quando argumentam sobre o motivo pelo qual cultivam a horta: *'procuro consumir alimentos sem veneno, por isso tenho a horta aqui atrás de casa que tem bastante coisa*' (Consumidora 9: Pato Branco/PR, 2018). No mesmo sentido, a Consumidora 16 diz que mantém a horta: *'por causa da preocupação com os agrotóxicos, me preocupo, por isso tenho horta*'.

É importante destacar o que é mencionado pelos agricultores urbanos do estudo de Paixão e Almeida (2012) em relação à função terapêutica que a prática do plantar a própria comida desempenha. Frequentemente relatou-se, durante a pesquisa de campo, o sentimento de prazer que o contato com a terra proporciona, manifestado por meio de expressões como a da Consumidora 11: *'mexer com a terra é uma terapia*'. Assim como na fala da Consumidora 9: *'agora que somos aposentados a horta é uma distração, às vezes ele (o marido) passa o dia em volta arrumando uma coisa e outra*'. Por meio dos relatos, observa-se o cultivo da terra para além da produção de alimentos, mas enquanto uma atividade de auxílio ao combate do estresse e da depressão, assim como uma atividade de lazer, principalmente para as pessoas idosas.

A Tabela 5 apresenta um resumo dos principais alimentos cultivados para o autoconsumo e também aqueles produzidos a partir de práticas caseiras para serem consumidos no domicílio. Dentre os alimentos produzidos nos quintais urbanos e para autoconsumo, constatou-se principalmente a presença daqueles encontrados nos grupos: ‘pão e cereais’; ‘legumes e verduras’; ‘raízes e tubérculos’; ‘frutas’; ‘leguminosas e feijões’ e ‘carne e ovos’.

Tabela 5: Alimentos produzidos para autoconsumo.

Grupos de alimentos	Alimentos produzidos para autoconsumo
<ul style="list-style-type: none"> • Pão e cereais • Legumes e verduras • Raízes e tubérculos • Frutas • Leguminosas e feijões • Carne e ovos 	<ul style="list-style-type: none"> • Pão • Pizzas e massas caseiras • Bolos e tortas • Folhagens diversas (salada verde) • Verduras e legumes diversos • Chás • Ervas medicinais • Temperos • Frutas • Raízes • Carne de frango/ovos • Feijão • Café

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Observando a Tabela 5, nota-se que os alimentos produzidos nos quintais (verduras, legumes, ovos, chás, frutas etc.), em sua grande maioria, se constituem enquanto a ‘mistura’, tal como relatado por Woortmann anteriormente. De acordo com as declarações, tais alimentos contribuem para as refeições e dificilmente são comprados em outros canais de comercialização, possibilitando, dessa forma, a ingestão de nutrientes e vitaminas a partir de alimentos frescos, colhidos antes das refeições para logo em seguida serem consumidos. Nesse caso, o fator econômico também pode ser considerado uma motivação, tendo em vista que ao produzir seus próprios alimentos, deixa-se de gastar o equivalente em recursos monetários, possibilitando a compra de outros alimentos necessários. Como observou Woortmann (1978), pela produção própria, o pequeno lavrador, nesse caso as consumidoras e consumidores, aumenta as possibilidades de realização de outras fontes alimentares, também importantes para a reprodução social e familiar.

Nesse sentido, o uso dos quintais como espaço de obtenção de alimentos, é uma realidade identificada em todos os segmentos de renda, contudo, mais significativa entre as consumidoras de menor renda econômica (Perfil ‘C’ e especialmente o ‘D’). Nesse contexto, esta pode ser considerada uma estratégia diária das famílias que vivem em situação de

vulnerabilidade social, para facilitar o acesso a alimentos frescos e de qualidade, contribuindo para a segurança alimentar das famílias e, por sua vez, garantindo uma diversidade de alimentos que não está colocada em termos monetários.

Todavia, mais do que isso, o cultivo da horta pode ser entendido como um produto da reflexividade das consumidoras, pois é na perda da confiança nos sistemas peritos que adiciona agrotóxicos e outros componentes desconhecidos ao alimento, bem como, o preço que alcança as frutas, legumes e verduras nos supermercados, que se cria novas alternativas de consumo. Nesse sentido, a horta parece representar uma maneira de desviar-se das contradições do sistema alimentar moderno, já que os alimentos provenientes do quintal são entendidos como ‘mais saudáveis’ por não haver uso de agrotóxicos ou qualquer outro produto artificial na sua produção. Além disso, a existência das hortas, muitas vezes construída em pequenos espaços nos fundos dos quintais, possibilita o entendimento de que a produção em grande escala nem sempre é prioritária para a produção de alimentos, podendo ser implementada em diferentes espaços e escalas.

Outro aspecto que se destaca é que, durante a coleta de dados, participantes relataram consumir alimentos provenientes de sítio ou fazenda de familiares ou amigos, não havendo a necessidade de adquiri-los em estabelecimentos comerciais. Isso normalmente se verificou quando não havia espaço no quintal para o cultivo ou ainda quando declararam não haver interesse em manter uma horta por falta de tempo para os cuidados necessários. O fato é que os alimentos provenientes desses locais representam mais que fatores objetivos, como preço ou facilidade de acesso, o valor atribuído a eles está associado a uma relação mais profunda que pode ser concretizada na fala da Consumidora 8: *‘Nossa alimentação é saudável porque comemos uma variedade de alimentos in natura que vem do sítio do pai [...]’*. Por meio dessa declaração, nota-se que ter ciência sobre a origem dos alimentos é um fator considerável na escolha da alimentação, influenciando as maneiras de pensar aquilo que é saudável, baseado no conhecimento sobre quem e como produz.

Nesse contexto, percebe-se que a relação do consumo de alimentos se articula não apenas a partir de trocas econômicas, mas também de fatores que asseguram a confiança no que será consumido. Nesse sentido, a relação de confiança que se (re)produz no cultivo da horta e também dos alimentos adquiridos a partir de sítios e fazendas, demarcam relações de proximidade com a cadeia alimentar, tal como mencionado por Gazolla e Schneider (2017). Nesse caso, as relações entre produção e consumo não estão relacionadas necessariamente ao tempo e à distância do alimento à mesa, mas ao fato de chegar ao consumidor envolvo de

informações sobre as pessoas envolvidas na sua produção, os métodos empregados no cultivo e os valores ligados a ele.

Em função de todos esses aspectos mencionados é que, ao se analisar os gastos destinados para a alimentação, alguns grupos alimentares mostram-se reduzidos, principalmente em relação a um perfil socioeconômico e outro. Contudo, isso não significa que necessariamente não exista o consumo dos alimentos de fato, mas que a presença da horta e dos alimentos que provém da produção de amigos, familiares e das cestas básicas, tem contribuído para o consumo alimentar dessas famílias sem a interferência de canais convencionais de comercialização. Diante disso, entende-se que as maneiras alternativas de consumir alimentos, desconsiderando o sistema convencional de produção e comercialização, estão para além dos aspectos socioeconômicos, sobretudo, se reforçam a partir de mecanismos de confiança e reciprocidade.

5 CONSUMO DOS PRINCIPAIS GRUPOS ALIMENTARES E A PRESENÇA DE CATEGORIAS ESPECÍFICAS DE ALIMENTOS NO PRATO

Este capítulo foi elaborado com base no segundo objetivo específico, o qual tem o propósito de verificar os grupos alimentares e as tendências na ingestão de categorias específicas de alimentos pela população investigada. Na primeira seção do capítulo buscar-se-á compreender o consumo dos principais grupos de alimentos, os quais foram discutidos e elaborados no capítulo metodológico, utilizando-se dos seguintes indicadores: frequência de consumo desses grupos, principais locais de compra e frequência de compra, média de gastos mensais em cada local e as tendências de consumo, supondo uma melhora financeira e restrição monetária em determinado período. A segunda seção trata do consumo de categorias específicas de alimentos na dieta, assim como sua periodicidade na ingesta e as motivações sociais para a sua inclusão nos hábitos alimentares ou o motivo pelo qual não são consumidos. Os indicadores investigados foram: o consumo de alimentos *diet* e *light*, funcionais, locais ou regionais, processados e de alimentação orgânica ou agroecológica.

O Guia Alimentar (BRASIL, 2014) orienta que as escolhas dos alimentos para consumo sejam feitas a partir de uma alimentação nutricional balanceada, saborosa, culturalmente e socialmente apropriada. Nesse caso, é preciso considerar o tipo de processamento a que são submetidos os alimentos, tendo em vista o impacto ambiental e social da produção que condicionam seu perfil nutricional, o gosto e o sabor que agregam à alimentação, além de influenciar com quais outros alimentos serão consumidos, em quais circunstâncias (quando, onde, com quem) e, mesmo, em que quantidades. Para tanto, o documento define quatro conjuntos de alimentos a partir do tipo de processamento: 1) os alimentos *in natura* ou minimamente processados; 2) óleos, gorduras, sal e açúcar; 3) alimentos processados e 4) alimentos ultra-processados.

Recomenda-se que os alimentos *in natura* ou minimamente processados sejam a base para uma alimentação saudável e promotora de um sistema alimentar sustentável. Os *in natura* são aqueles obtidos diretamente de plantas ou de animais sem que tenham sofrido qualquer alteração após deixarem a natureza. Os minimamente processados correspondem aos alimentos *in natura* que foram submetidos a processos de limpeza, remoção de partes indesejadas, secagem, refrigeração, congelamento e processos similares que não envolvam a adição de sal, açúcar, gorduras entre outras substâncias. O segundo conjunto de alimentos corresponde a produtos extraídos de alimentos *in natura* ou diretamente da natureza e utilizados enquanto temperos para cozinhar e criar preparações culinárias. São exemplos,

óleos, gorduras, açúcar e sal. Nesse sentido, recomenda-se o uso moderado em pratos com base em alimentos da primeira categoria (BRASIL, 2014).

O terceiro grupo são os alimentos processados que devem ser consumidos em pequenas quantidades, como parte das refeições ou como ingredientes de preparações culinárias. De acordo com o Guia Alimentar (BRASIL, 2014), embora o alimento processado mantenha boa parte da sua identidade básica e a maioria dos nutrientes do alimento do qual deriva, os ingredientes e métodos utilizados na sua produção alteram de modo desfavorável a composição nutricional dos mesmos. A quarta categoria de alimentos ultra-processados, recomenda-se que deve ser evitada por serem nutricionalmente desbalanceados. Os ingredientes de uso industrial comuns nesses alimentos incluem proteínas de soja e do leite, extrato de carnes, substâncias obtidas com o processamento adicional de óleos, gorduras, carboidratos e proteínas. Incluem ainda elementos sintetizados em laboratório a partir de fontes orgânicas como petróleo e carvão. Além disso, as formas de produção, distribuição, comercialização e consumo desses alimentos afetam de modo desfavorável a cultura, a vida social e o meio ambiente.

Seguindo essas indicações, o consumo alimentar também é impulsionado por dietas específicas, a exemplo dos alimentos *diet e light*, os funcionais, orgânicos ou agroecológicos, alimentação local e/ou regional e produtos processados. Essas classificações foram eleitas nesse estudo, a fim de fornecer um panorama a respeito das principais categorias de alimentos específicos que conformam os hábitos da amostra investigada, bem como os principais motivos que levam ao consumo ou a restrição desses alimentos. À frente essas classificações serão definidas, fornecendo subsídios para um melhor entendimento do consumo de alimentos específicos (seção 5.2 deste capítulo).

Nesse sentido, um aspecto importante a ser observado é que a diversidade de alimentos é imensa no País e varia conforme a região, especialmente quando se trata dos legumes, das verduras e frutas. Os alimentos ainda podem ser preparados e servidos de diferentes maneiras, atendendo às características do modo de comer e às dimensões culturais e sociais das práticas alimentares. A partir da combinação entre os diferentes grupos e categorias de alimentos, é possível criar alternativas de refeições saudáveis, saborosas e sustentáveis, que, por sua vez, influenciarão na saúde e no bem-estar. Todavia, para isso, a alimentação depende também do sistema de produção e distribuição empregado, dos modos de preparo, dos temperos utilizados e da origem dos alimentos (BRASIL, 2014).

5.1. CONSUMO DOS PRINCIPAIS GRUPOS DE ALIMENTOS

O consumo, em termos de grupos alimentares, pode fornecer informações sobre a composição das dietas, algumas tendências locais e regionais na alimentação e níveis de consumo em função das classes sociais de rendimentos. Além disso, podem ainda possibilitar a compreensão de dados em termos de frequência e preferências nas escolhas alimentares. Em vista disso, questionou-se a respeito da frequência de consumo dos grupos alimentares discutidos anteriormente, sendo que as possibilidades de respostas foram: consumo diário, semanal, quinzenal, mensal ou de nunca consumir.

Na Tabela 6, ilustram-se os resultados encontrados referentes ao total da amostra pesquisada, sendo possível observar os grupos de alimentos consumidos em maior e menor grau de constância no quadro domiciliar. Ao avaliar o consumo baseando-se nos grupos de alimentos os dados indicam uma dieta consideravelmente variada conforme o que é recomendado pelo Guia Alimentar e pela Pirâmide Alimentar. Em termos de frequência, os documentos sugerem o consumo diário de frutas, legumes e verduras e a redução na ingestão de alimentos com alto teor calórico, como açúcares, óleos e gorduras.

Tabela 6: Frequência no consumo dos grupos de alimentos pelo total da amostra (%).

Frequência	Raízes/ Tubérc.	Pão/ Cereais	Legumes/ Verduras	Frutas	Leite/ Queijos	Carne/ Ovos	Legum./ Feijões	Óleos/ Gord.	Açúcar
Diária	27,91	93,02	65,12	62,79	69,77	67,44	72,09	41,86	67,44
Semanal	53,49	6,98	27,91	20,93	11,63	27,91	23,26	23,26	23,26
Quinzenal	16,28	0,00	6,98	6,98	11,63	2,33	0,00	27,91	6,98
Mensal	2,33	0,00	0,00	9,30	6,98	2,33	4,65	6,98	2,33
Nunca	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

De modo geral, os resultados encontrados indicam uma relação significativa na ingestão diária de frutas, legumes e verduras, ao passo que, segundo a POF (2008 – 2009), menos de 10% da população brasileira atinge as recomendações necessárias. O consumo diário de ‘legumes e verduras’ é verificado em 65,12% das comensais, 27,91% afirma consumir semanalmente, enquanto 6,98% apenas a cada quinze dias. Em relação às ‘frutas’, 62,79% das declarações afirmam consumir cotidianamente tais alimentos; 20,93%, semanalmente; 6,98%, a cada quinze dias e 9,30%, somente poucas vezes no mês. Esse é um *déficit* importante de ser avaliado, já que segundo o Guia Alimentar esses alimentos devem ser consumidos ao menos de duas a três porções ao dia.

De acordo com a POF (2008-2009), os alimentos, com as maiores médias de consumo diário, apontados pela população brasileira são: feijão, arroz, carne bovina, sucos e refrescos açucarados. Nesses termos, constatam-se certas aproximações com os dados coletados. Por exemplo, o grupo consumido com maior frequência é o de ‘pão e cereais’, em 93,02% dos casos consome-se diariamente e em 6,98% da amostra, de forma semanal. Como explica Kearney (2010) os cereais representavam em 2010 a fonte alimentar mais importante em quase todo o mundo, contribuindo para 50% das calorias ingeridas diariamente. ‘Leguminosas e feijões’ é o segundo grupo mais consumido com uma frequência diária de 72,09% nos domicílios, 23,06% diz consumir semanalmente e 4,65% apenas durante o mês. O consumo de carnes e ovos sem qualquer especificação apresenta-se enquanto um item frequentemente presente nas refeições dessas consumidoras em 67,44% dos casos, enquanto 27,91% diz comer algumas vezes na semana; 2,33%, a cada quinze dias e 2,33%, ao menos uma vez ao mês.

Perrota (2017) elucida que a carne possui centralidade na dieta, sendo quase um alimento absoluto nas refeições dos brasileiros. Seu protagonismo nos hábitos alimentares é tamanho que quando há ausência de seu consumo se passa a produzir um conjunto complexo de relações que vão além das preferências pelo gosto e seus aspectos nutricionais. Conforme Fischler (1995), esse alimento possui um importante papel simbólico e serve como um dos objetos de reivindicações sociais, econômicas, ambientais e culturais mais sentido. Desse modo, Molina, García e Casado (2017) explicam que, na Espanha, o consumo de carne quadruplicou, com um aumento de 25 kg por pessoa ao ano, a partir dos anos 1960, para 118 kg em 2017. Segundo Kearney (2010), houve um aumento considerável no seu consumo em nível mundial, em torno de 62%, especialmente a de aves, com maiores aumentos nos países em desenvolvimento.

Nesse contexto, observa-se que os alimentos dos grupos ‘pães e cereais’, ‘leguminosas e feijões’ e ‘carnes e ovos’ constituem-se basicamente daqueles predominantes nas principais refeições (almoço e jantar). Tais alimentos também se apresentam como os principais itens da dieta dos entrevistados de Teixeira e Silva (2007) em três estados do Nordeste (Paraíba, Rio Grande do Norte e Sergipe), condizendo com a média de consumo diário aqui apresentado.

Outro aspecto em comum ao estudo acima mencionado trata do consumo do leite que, para 52% dos consumidores do estado da Paraíba, é diário, enquanto que, para os do Rio Grande do Norte, é consumido diariamente em 68% dos casos. No presente estudo, o leite e seus derivados, em 69,77% dos casos, são ingeridos todos os dias; em 11,63%, de forma

semanal; na mesma proporção, a cada quinze dias (11,63%) e, em 6,98%, mensalmente. Vale ressaltar ainda que tais dados não corroboram com os resultados que foram apresentados pela POF (2008-2009), na qual o consumo de leite foi aquém do recomendado, podendo refletir em prevalências de deficiências de vitaminas e cálcio, conforme sinalizou o documento.

O grupo ‘raízes e tubérculos’ foi o que registrou o consumo semanal mais frequente, em 53,49% das situações; 27,91% diz consumir todos os dias; 16,28%, a cada quinze dias e 2,33%, mensalmente. Esse grupo apresenta-se como fonte de carboidratos e fibras e, em algumas variedades, também de minerais e vitaminas, como potássio. No estudo de Levy et al. (2011) sua participação relativa maior na disponibilidade de energia é na Região Norte do País (14,40%), frequentemente utilizada na forma de farinhas e na substituição do arroz na mistura do feijão. Além disso, os autores constataam um consumo maior desses alimentos no meio rural em relação ao urbano.

Pode-se dizer que a mandioca é um alimento presente na base alimentar da população brasileira, estando à mesa em diversas refeições. Maciel (2005) comenta que de norte a sul do País, seja *in natura* ou transformada em farinha, a mandioca possui importância na alimentação brasileira tanto quanto o arroz e o feijão, além de se constituir como base alimentar tradicional da alimentação indígena. Murrieta (2001) acredita que o papel da mandioca e de seus derivados na dieta, vai além de ser apenas um alimento de emergência ou fonte de calorias. Ela é primariamente um gosto adquirido, conectado às rotinas da vida cotidiana, às regularidades dos ciclos sociais e ecológicos e em certo sentido, de lugar.

No estudo de Katz (2017), em uma pequena cidade no estado do Amazonas, a mandioca aparece como o pilar do sistema agrícola. Além de produzida e consumida *in natura* pela comunidade, constituindo-se como um dos principais alimentos nas refeições, a mandioca é destinada à venda como farinha, movimentando a economia local. Bastian et al. (2011), a partir de uma análise comparada dos dados do Censo Agropecuário de 2006 em diferentes regiões brasileiras, verificam que no ano da pesquisa foram produzidas 1.332.875 toneladas desse alimento. As regiões com maior produção de farinha pelas agroindústrias rurais estão localizadas no Nordeste, com 67,10% do total dos estabelecimentos, e Norte, com 25,30% de unidades produtoras.

Os resultados para ‘óleos e gorduras’ mostram que todos os dias 41,86% das comensais ingerem alimentos desse grupo; 23,26%, durante a semana; 27,91%, a cada quinze dias e 6,98%, ao menos uma vez ao mês. As recomendações são de que o percentual de gorduras saturadas deve ser inferior a 7% do consumo de energia diária (SPOSITO et al., 2007) indicações da POF (2008-2009) mostraram que a média de consumo da população

brasileira é de aproximadamente 9%, excedendo a quantidade recomendada. Nesse caso, o consumo de biscoito recheado, salgadinhos industrializados, pizza, doces e refrigerantes estão associados fortemente às médias elevadas. Molina, García e Casado (2017) explicam que os hábitos alimentares dos espanhóis têm aumentado o consumo de gordura consideravelmente, sendo que atualmente excede 40% do recomendado. Carne, leite e outros alimentos lácteos são diretamente responsáveis por este aumento, mas não são os únicos. O consumo de gorduras ‘ocultas’ também tem aumentado, como nos casos da ingestão de batatas fritas, doces e produtos de confeitaria industriais.

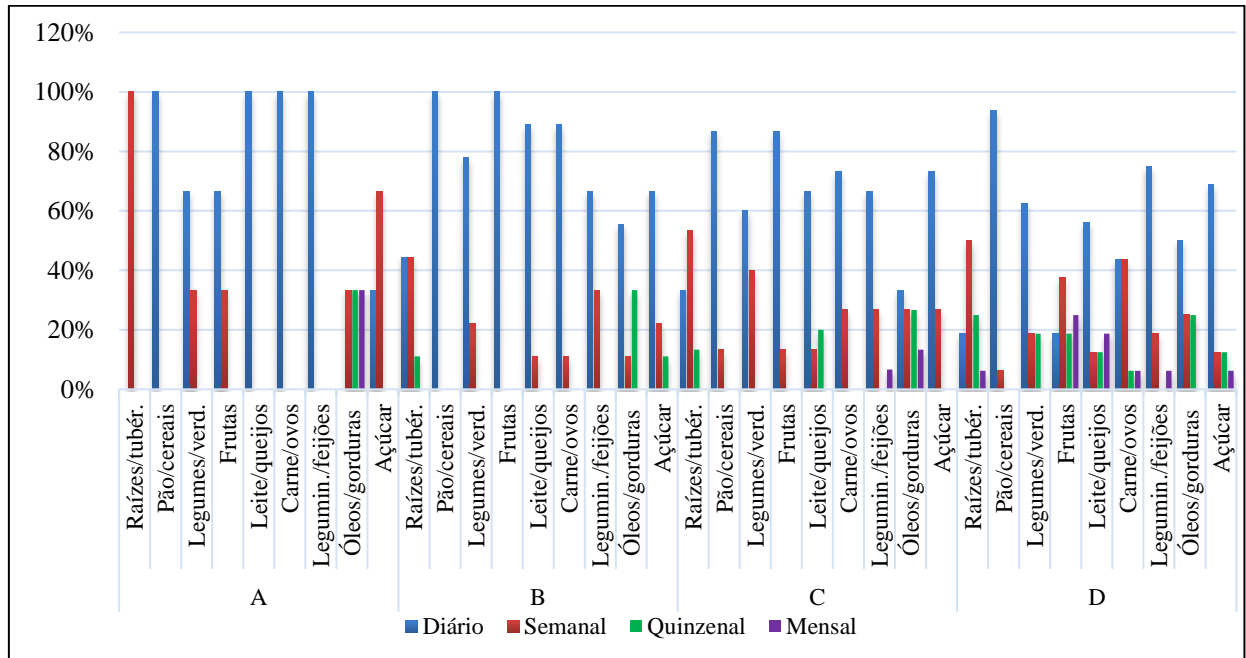
O consumo de açúcar ou de qualquer tipo de alimento com adição de açúcar é diário em 67,44% dos domicílios, semanal em 23,26%, quinzenal em 6,98% e mensal em 2,33%. Nesse caso, é importante mencionar que o consumo do açúcar esteve relacionado principalmente a ingestão do açúcar de mesa, utilizado como complemento nas refeições, especialmente em chás, café puro ou com leite na refeição da manhã. Contudo, esses resultados devem ser observados com atenção já que o Guia Alimentar recomenda que esses alimentos sejam utilizados com moderação e em pequenas proporções, servindo apenas como complemento para o acompanhamento dos demais alimentos. De acordo com a POF (2008 - 2009), o consumo de açúcar não deve ultrapassar 10% do consumo energético total, sendo a média da população brasileira de 14%, com prevalência desse entre crianças e adolescentes. A ingestão além do esperado pode substituir ou reduzir a de alimentos importantes para uma dieta saudável.

As análises do consumo e sua frequência também se deram a partir dos perfis, tendo em vista, observar diferenças e/ou características comuns em função das escolhas cotidianas das consumidoras. O Gráfico 9 mostra os grupos de alimentos de acordo com o perfil de consumidoras. Segundo o Gráfico 9, o grupo ‘raízes e tubérculos’ registra, em termos de frequência, um consumo mais propenso a ocorrer semanalmente para quase todos os perfis, apenas para o Perfil ‘B’ é que, em ambas as situações, diário e semanal, registra-se uma constância em torno de 44,44%.

Para os quatro perfis (A: 100%; B: 100%; C: 86,66% e D: 93,75%), a ingestão do grupo composto por ‘pães e cereais’ ocorre diariamente sendo que apenas algumas comensais do Perfil ‘C’ (13,33%) afirmaram consumi-los de forma semanal, o mesmo ocorreu para 6,25% do Perfil ‘D’. ‘Leguminosas e feijões’ são diariamente consumidos por 100% das consumidoras do Perfil ‘A’, 66,67% pelas participantes dos Perfis ‘B’ e ‘C’ (66,667%) e por 75% das interlocutoras do Perfil ‘D’. Em termos de renda socioeconômica, tais grupos apresentam tendências opostas às que foram indicadas pela POF (2008-2009), já que no

documento o consumo desses alimentos tende a diminuir uniformemente, em conjunto com o nível de rendimentos das famílias.

Gráfico 9: Frequência de consumo dos grupos de alimentos por perfis de consumo.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

No estudo de Jaime e Monteiro (2005), o consumo diário de legumes e verduras ocorreu para menos de um terço (30%) da população adulta. Para Deon et al. (2015), a ingestão desses alimentos esteve diretamente relacionada com o nível de escolaridade e a renda *per capita* das pessoas. Entretanto, os achados dessa pesquisa indicam uma frequência próxima em todos os perfis. Nesse caso, 77,78% das entrevistadas do Perfil ‘B’ declararam ingerir diariamente esses alimentos, número superior aos do Perfil ‘A’, de 66,667%; o ‘C’ registra 60% das consumidoras e o Perfil ‘D’, 62,50%.

Conforme o Gráfico 9, a situação do consumo das ‘frutas’ é diária para 100% da amostra do Perfil ‘B’, enquanto para o Perfil ‘A’ é de 66,67% das consumidoras. Em relação ao Perfil ‘C’, a ingestão diária acontece em 86,67%, ficando acima do Perfil ‘A’. Já o Perfil ‘D’ apresentou um consumo diário inferior aos dos demais perfis, com apenas 18,75% dos casos. A participação dos grupos compostos por ‘frutas’ e ‘legumes e verduras’ não apresenta grandes variações em função dos rendimentos, como foi apontado pela POF (2008-2009), a não ser para as frutas em que a faixa de menor renda registra uma diferença significativa. Ao contrário do que é verificado por Levy et al. (2011), ao analisar a disponibilidade domiciliar de alimentos, observaram um consumo insuficiente de frutas em todas as regiões brasileiras

associado a condições socioeconômicas desfavoráveis, como baixo grau de escolaridade e poder aquisitivo da população.

A frequência diária de consumo de 'leite e queijos' é maior para os Perfis 'A', de 100%, 'B', 88,89%, em comparação aos Perfis 'C', com 66,67% e 'D', 56,25%. O consumo semanal acontece para 11,11% das participantes do Perfil 'B', 13,33% para os do 'C' e 12,50% para o Perfil 'D'. A cada quinze dias verifica-se o consumo para 20% das consumidoras do Perfil 'C' e 12,50% para os do 'D', enquanto 18,75% das consumidoras desse mesmo perfil afirmaram ingerir mensalmente esses alimentos. No estudo de Souza et al. (2013), o consumo de leite não foi identificado entre os 20 alimentos mais prevalentes na dieta de consumidores com renda mais elevada, variando em 10,90% no quarto de menor renda. Diferente do que se constatou nesse estudo, que observa uma tendência de aumento no consumo conforme a renda se eleva.

Um outro aspecto que pode estar associado ao baixo consumo de leite e seus derivados para o Perfil 'D' é que a média de idade das consumidoras é a mais elevada (62 anos) em comparação aos demais perfis. Vieira (2007), no Rio Grande do Sul, e Passanha et al. (2011), em São Paulo, verificam que o consumo médio de lácteos entre idosos foi inadequado e significativamente menor, entre as possíveis explicações para isso é a ideia de que esse alimento não é necessário a partir da vida adulta, não havendo necessidade de sua ingestão após a fase de desmame. Outro motivo para a redução do consumo do leite e seus derivados é de que alguns idosos podem apresentar intolerância à lactose, um quadro considerado comum no processo de envelhecimento, quando ocorre a diminuição da produção da enzima lactase (PASSANHA et al., 2011).

Levy et al. (2011) verificaram em relação as carnes e os ovos que, conforme a elevação da renda, ocorre o aumento do consumo de carne bovina e embutidos e redução ou estabilidade para outros tipos de carne. Nesse estudo, diariamente, 'carne e ovos' são consumidos em maior frequência pelo Perfil 'A' (100%) e 'B' (88,89%), enquanto o 'C' consome todos os dias em 73,33% dos casos e o 'D' em 43,75%. Os membros do Perfil 'D' foram os únicos a registrar um consumo mensal de 6,25% das participantes. Nesse caso, possivelmente, o nível de renda seja um fator de interferência, ocasionando uma frequência menor em situações nas quais há menor poder aquisitivo. Na investigação de Barbosa (2007), também se reconheceu uma frequência de 40% menor no consumo das faixas de baixa renda, sendo que os ovos surgem como um substituto ou complemento da carne, tendo seu melhor desempenho nos grupos de menor renda por ser considerado um alimento mais barato.

No grupo 'óleos e gorduras' não houve nenhum registro de consumo diário para o Perfil 'A', contudo, ele é registrado como semanal por 33,34% de suas participantes, 33,33% como quinzenal e 33,33% mensal. No Perfil 'B', ele é frequente em 55,56% das situações, sendo 11,11% semanal e 33,33% a cada quinze dias. O Perfil 'C' registrou o consumo diário em 33,33% das consumidoras, 26,67% para as ingestas semanal e quinzenal, enquanto 13,33% consome mensalmente. O consumo do Perfil 'D' é diário para 50% das entrevistadas e de 25% para o consumo semanal e a cada quinze dias. Esses números demonstram uma propensão das consumidoras com menor poder aquisitivo para consumir tais alimentos com maior frequência. Da mesma forma, a pesquisa comparativa de Panigassi et al. (2008), entre famílias em situação de segurança alimentar e insegurança alimentar moderada ou grave, apresenta uma diferença significativa entre as faixas de renda e constata-se que este último grupo consome mais alimentos densamente energéticos como óleos e gorduras.

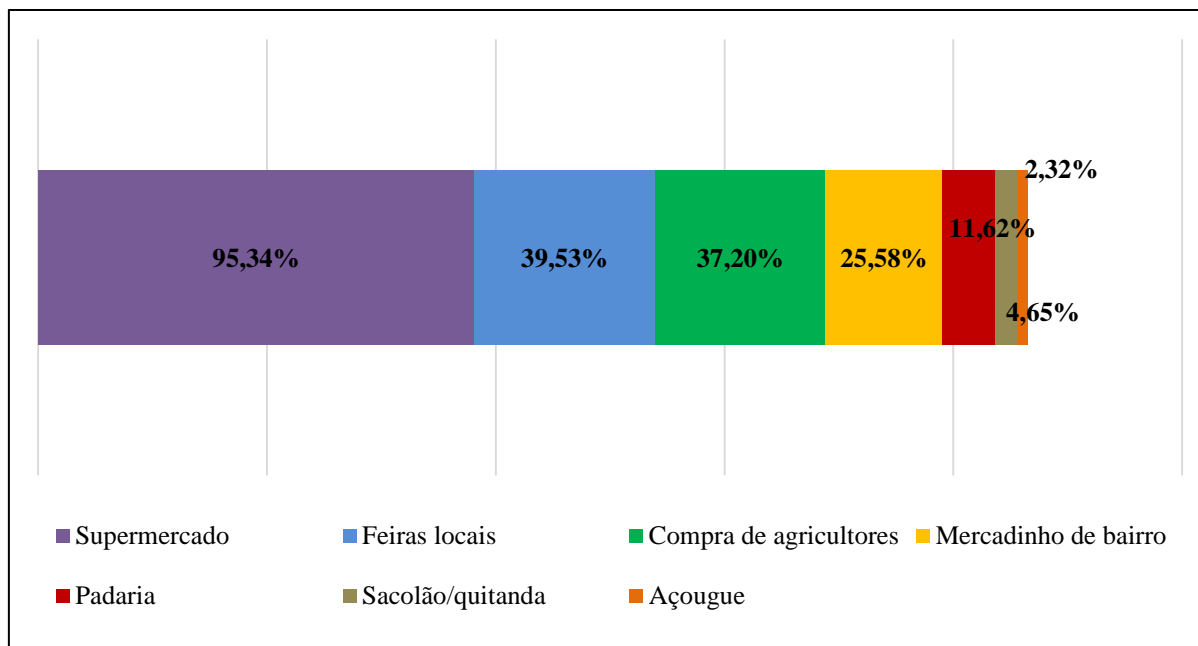
Em relação aos 'açúcares', esses são diariamente consumidos com maior frequência pelos membros do Perfil 'C' (73,33%) e pelos do Perfil 'D' (68,75%), em relação aos do Perfil 'B' (66,67%) e do Perfil 'A' (33,33%). Semanalmente registrou-se que o Perfil 'A' os consome em 66,67% dos casos; enquanto o Perfil 'B', em 22,22% e 11,11% a cada quinze dias. O açúcar para o Perfil 'C' é consumido durante a semana por 26,67% das participantes e 12,50% das respondentes do Perfil 'D'. Registrou-se ainda que 12,50% consome alimentos desse grupo a cada quinze dias e 6,25% disse consumir apenas durante o mês. Tais resultados estão de acordo com o que é apontado por Levy et al. (2011) e Drewnowski e Specter (2004), ao indicarem que existe uma disposição maior no consumo desse gênero alimentício para indivíduos com menor renda econômica.

De maneira geral, o maior consumo de alimentos do tipo açúcares e óleos e gorduras pelos grupos de consumidoras de menor renda, pode ser explicado a partir das perspectivas de Drewnowski e Specter (2004), ao revelar que existe uma correlação entre o custo da alimentação e sua densidade energética. Segundo os autores, quanto mais denso em energia é o alimento, mais baixo pode ser considerado seu custo, tornando-se assim uma opção acessível às populações pobres. Nesse caso, supõe-se que quando há restrição quantitativa de alimentos na dieta, existe uma prevalência no consumo principalmente de alimentos densos em energia a base de açúcar e gordura. Isso porque, em geral, tais alimentos se caracterizam pelo menor custo, sendo mais acessíveis do que as dietas baseadas em carnes magras, peixe, legumes, verduras e frutas, por exemplo.

Nesse cenário, investigou-se a respeito das preferências das consumidoras pelos principais locais de compra da alimentação. Nessa oportunidade se discutirá também a

frequência de compra em cada local. A análise a partir do Gráfico 10 possibilita visualizar que os três locais de compra mais utilizados são os supermercados, as feiras locais e direto de agricultoras e agricultores rurais e/ou urbanos.

Gráfico 10: Principais locais de compra dos alimentos.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

O supermercado é o principal local de compra para 95,34% das consumidoras, onde se realiza a maior parte das compras dos alimentos básicos da dieta. Nesse contexto, a preferência massiva das participantes pelos supermercados pode ser explicada por algumas razões, entre as quais por se tratar do ponto de abastecimento principal do Município, assim como o de quase todas as regiões do País, ao passo que a instauração das grandes redes varejistas de comercialização dos alimentos possibilitou em grande medida o escoamento da produção e a distribuição dos seus produtos. Além disso, nos supermercados se encontram basicamente todos os itens alimentares de subsistência em um só lugar, contribuindo para a comodidade e rapidez em termos de realização das compras, o que em uma sociedade ‘moderna’ pode ser um fator importante.

Uma outra razão pode estar atrelada a fatores econômicos tal como apresentado no estudo de Silva (2006), ao comprovar que 76,20% das consumidoras e consumidores investigados fazem suas escolhas nos supermercados pensando, em primeiro lugar, no preço e em seguida escolhem os alimentos pelos aspectos de saudabilidade (54,20%). Nesse sentido, Fonseca et al. (2009) explicam que habitualmente os supermercados são apontados como

estabelecimentos que apresentam preços mais vantajosos em comparação a outros locais de compra, ao oferecerem produtos com valores consideravelmente menores devido a sua capacidade de compras em grande escala. Além disso, as estratégias de *marketing*, como promoções, brindes, sorteios e publicidade de marcas, tendem a incentivar o consumo e atrair diversas pessoas.

Em relação à frequência de compra nos supermercados, essa ocorre principalmente de forma semanal (39,53%), seguida das compras mensais (32,55%), quinzenais (13,95%) e diárias (4,65%). Em termos de frequência, isso pode indicar uma espécie de planejamento na estrutura das compras que se destinam à alimentação, especialmente no sentido de um fluxo semanal e mensal. Fonseca et al. (2009) reconhecem que na modernidade as estratégias de compras se alteram, passando das cotidianas para planejadas em longo prazo. Isso ocorre porque a relação com o tempo também se modificou profundamente, possibilitando aos alimentos maior duração e deslocamento. Outro fator a ser considerado são as mudanças operadas no mundo do trabalho, diminuindo parcela significativa do tempo destinado à alimentação em função das demandas do comensal moderno, reduzindo o tempo de compra dos alimentos, preparo e ingestão das refeições.

As feiras locais são frequentadas por 39,53% das pessoas, especialmente a que está localizada no centro do Município. Essa feira, atualmente chamada de Mercado do Produtor, data da década de 1970 quando professores de escolas rurais passaram a incentivar o cultivo de hortas e a associação entre os agricultores. No ano de 2009, por meio de uma iniciativa da Prefeitura Municipal, suas atividades passaram a ser realizadas formalmente numa sede própria, duas vezes na semana (quarta-feira e sábado) (SILVA, 2015). Constatou-se que a frequência de compras na feira ocorre semanalmente para 16,27% das consumidoras investigadas; para 11,62%, a cada quinze dias e também para 11,62%, alguma vez ao mês. Durante a pesquisa, houve relatos de que o fato de ela acontecer apenas alguns dias na semana, muitas vezes impossibilita, por falta de tempo, a sua frequência, o que mudaria se fosse diária, pois as compras poderiam ocorrer de forma simétrica a dos supermercados, por exemplo.

A feira livre conta com uma estrutura de aproximadamente 38 boxes para venda de alimentos orgânicos e convencionais, sendo esses de origem animal, vegetal, panificação, bebidas artesanais e pastelaria. De acordo com Silva (2015), a atividade mais expressiva na feira é a horticultura, com cerca de 20 agricultores e agricultoras familiares ofertando verduras, legumes e frutas. Existe ainda a comercialização de alguns tipos de produtos agrícolas processados, como vinagre, farinha de fubá, açúcar mascavo, melado e caldo de

cana. Nesse caso, a feira livre está inserida nas cadeias agroalimentares curtas de abastecimento, construída a partir de novas formas de interação entre produção e consumo, mediante o resgate da procedência e da identidade dos alimentos, tal como se verifica com a compra direta de agricultores, que será discutida adiante (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017).

No mercado varejista alimentar, as feiras podem ser consideradas uma das formas mais antigas de comercialização de alimentos. Mesmo que os supermercados tenham expandido a oferta de produtos e atraído uma parcela expressiva de consumidores, elas resistem nas mais diversas cidades e são locais de preferência de compra para muitas pessoas. Conforme Giddens (1991), a natureza das instituições modernas está profundamente ligada ao mecanismo da confiança em sistemas peritos, contudo, devido às constantes crises e polêmicas que envolvem a produção de alimentos, coloca-se em questão a validade de tais sistemas. Nesse caso, para assegurar a confiança ou, ainda, conquistá-la, recorre-se a pontos de acesso que contribuem para o estabelecimento da confiança entre os atores envolvidos.

Nos pontos de acesso, os compromissos com rostos que põem atores leigos em relações de confiança, envolvem comumente exibições de confiabilidade e integridade manifestas, associadas a uma atitude de ‘aja-como-de-hábito’, ou de auto-segurança. Embora todos estejam cômicos de que o verdadeiro repositório de confiança está no sistema abstrato, e não nos indivíduos que nos contextos específicos o ‘representam’, os pontos de acesso trazem um lembrete de que pessoas de carne-e-osso (que são potencialmente falíveis) é que são seus operadores (GIDDENS, 1991, p. 78).

Dessa forma, as feiras podem ser consideradas como pontos de acesso, nas quais o nível de confiança se desenvolve, estimulando novas formas de buscar alimentos para si e a família, a partir de uma alimentação de qualidade e com uma procedência relativamente conhecida. Nesse sentido, são organizações que vão além das relações comerciais de alimentos, contribuindo em diferentes dimensões sociais, culturais e ambientais, a partir das potencialidades locais em que estão instaladas e atuando diretamente no desenvolvimento rural local e regional (GAZOLLA, SCHNEIDER, 2017).

Seguindo o Gráfico 10, a compra direta de agricultoras e agricultores foi constatada em 37,20% dos casos, de modo que, para 13,95%, ela acontece toda semana, enquanto que 6,97% afirmou comprar a cada quinze dias e 11,62%, mensalmente. A aquisição desse tipo de alimentação é relatada pelas entrevistadas enquanto uma opção mais ‘saúdável’ pelo fato de ser adquirida de pessoas conhecidas ou com quem ao longo do tempo se criou uma relação de amizade e confiança. Na mesma perspectiva das feiras, a compra de alimentos diretamente de agricultores pode estar relacionada, aos termos de Giddens (1991, p. 32), na qual a confiança é entendida como uma espécie de ‘crença ou crédito em alguma qualidade ou atributo de uma

pessoa ou coisa, ou a verdade de uma afirmação’. Conforme o autor, a confiança está associada à ausência, ou falta de transparência, conhecimento, informação de atividades e/ou processos, que, nesse caso, impulsiona o consumo alimentar a partir de uma relação baseada na segurança, na qual um conjunto específico de perigos está neutralizado.

Segundo Giddens (1991), nas sociedades tradicionais, o sistema de confiança era estabelecido por ‘compromissos com rostos’, através de relações de sociabilidade e convivência entre indivíduos que se conhecem e tornam-se confiáveis aos olhos do outro. Esse sistema, em que a confiança é estabelecida a partir do contato direto entre as pessoas, é possível de manter-se em municípios pequenos em termos espaciais, como é o caso de Pato Branco, visto que existe a circulação de alimentos entre vizinhos, familiares e conhecidos. Nos grandes centros, característicos das sociedades industrializadas, há certo grau de impessoalidade, em que a confiança passa a ser construída por sistemas peritos, que possibilitam remover as relações sociais e as substituem por padrões e órgãos responsáveis garantindo a qualidade para os consumidores.

Nesse sentido, a confiança em adquirir alimentos diretamente de quem produz serve para reduzir ou, ao menos, minimizar os perigos aos quais a alimentação está sujeita considerando alguns processos de produção, plantio, distribuição ou substâncias tóxicas e contaminantes que podem ser adicionadas aos alimentos. Para Giddens (1991), o indivíduo que reconhece as alternativas e busca calcular os riscos reconhecidos no contexto alimentar moderno, engaja-se em processos de confiança, nos quais o contato face a face fundamentalmente propicia o estabelecimento de relações.

Warde et al. (2005) consideram a confiança como uma relação construída entre as pessoas, a partir dos processos de sociabilidade, contrariando as abordagens dominantes que analisam a confiança apenas enquanto um fenômeno estritamente individual. Dessa forma, embora os alimentos possam ser comprados em grandes redes de supermercados ou lojas especializadas, atendendo as exigências dos consumidores quanto às suas qualidades intrínsecas (saúde, sabor, baixo impacto ambiental, qualidade de vida do produtor etc.) ou de fatores objetivos como preço e facilidade de acesso, algumas pessoas preferem valorizar o contato face a face com o produtor, como os relatos abaixo evidenciam.

A gente não tem horta em casa por que não tem espaço no quintal, mas consome muito alimento do sítio do pai que é agricultor, comida a gente tem que saber de onde vem. A gente busca manter o padrão alimentar, economiza em outras coisas pra comer melhor. (Consumidora 17: Pato Branco/PR, 2018).

Aqui em casa a gente se preocupa muito com o veneno utilizado nos alimentos e, por isso, a gente procura comprar alimentos locais de quem a gente já conhece e tem confiança. (Consumidora 9: Pato Branco/PR, 2018).

Os relatos podem ser associados ao que é constatado por Wilkinson (2002) sobre o consumo de orgânicos, no sentido de que ao adquirir alimentos locais e/ou regionais não se consome apenas o alimento em si, mas também as relações envolvidas nele. Para além disso, nos relatos, identifica-se os sentidos dos aspectos espaciais do alimento como fator importante, especialmente na fala da Consumidora 17 ao argumentar que *'comida a gente tem que saber de onde vem'*, fazendo com que a origem e a forma de produção confirmem um valor agregado não tangível, imaterial e simbólico ao que se come.

Nesse caso, os mecanismos ou forças reguladoras argumentadas por Giddens, Beck e Scott (1997) tornam-se menos importantes ao demonstrar que as entrevistadas não têm preferência por alimentos com certificados e rótulos de qualidade. A relação de confiança entre as consumidoras e os produtores se faz presente por meio de uma interação direta entre esses. Conforme Giddens (1991), o envolvimento entre as partes demonstra que os processos de confiança são construídos mutuamente e os riscos tornam-se reduzidos, ao passo que as relações são pautadas na pessoalidade e se fortalecem a partir dos laços e trocas sociais. Além disso, identificou-se que esse tipo de aquisição também acaba sendo motivada por uma espécie de conveniência, já que, em grande parte, a venda acontece de *'porta em porta'* ou a partir de sítios e fazendas de amigos e familiares com quem se desenvolve relações cotidianas.

Tendo em vista o Gráfico 10, o mercadinho de bairro é uma opção para 25,58% da amostra. Nesse sentido, consideraram-se aqueles estabelecimentos de menor porte, localizados distante do perímetro central. Sua frequência de compra é constatada semanalmente (9,30%), a cada quinze dias (9,30%) e mensal (11,62%). Esses pequenos estabelecimentos são entendidos, na maioria das vezes, enquanto uma opção para compras esporádicas, no caso da falta de alguns itens ou por questão de proximidade e conveniência. Woortmann (1978) interpreta que nesses casos existem dois tipos de compras: as que se realizam conforme a periodicidade do pagamento do salário, *'as compras do grosso'*; e as compras *'picadas'*, realizadas no bairro, constituídas de verduras, frutas, pão, leite, ovos ou algum complemento que tenha sido esquecido na compra grande.

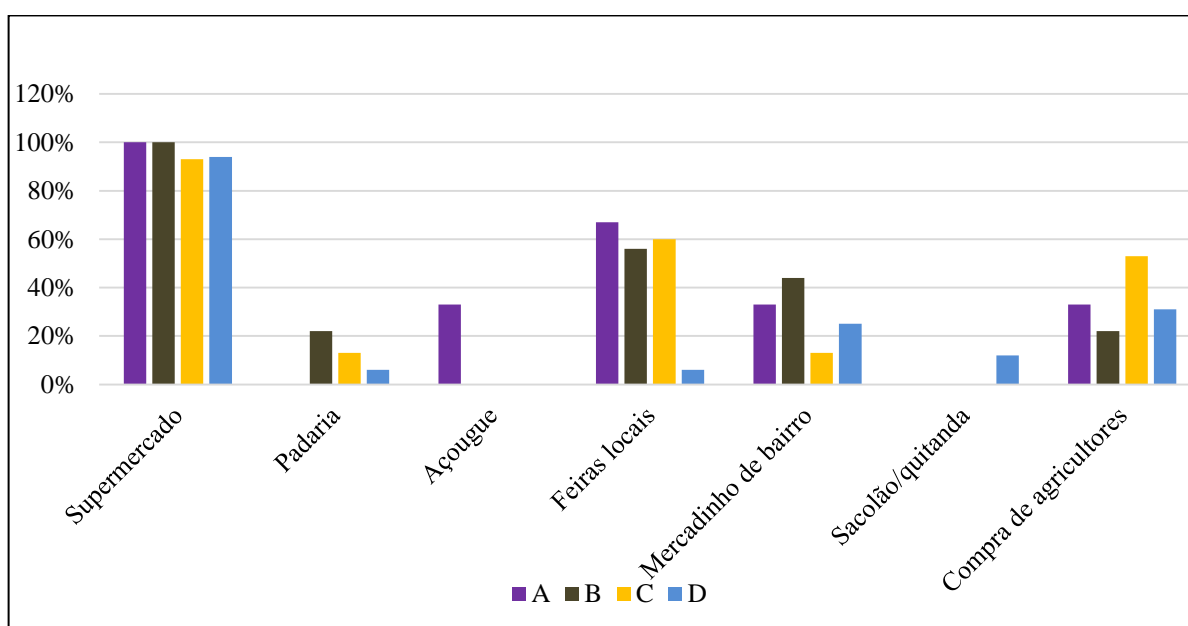
Das consumidoras, 11,62% afirmou comprar em padarias, sendo 2,35% diariamente, 6,97% algumas vezes na semana e 2,32% a cada quinze. Assim como os mercadinhos de bairro, em todos os casos, as padarias foram declaradas como um lugar de compra eventual, que serve para a aquisição do pão, sobretudo, quando este não é possível de ser preparado

devido aos contratemplos do cotidiano. Ou ainda, as padarias são consideradas o local em que se recorre em casos de eventuais visitas, nos fins de semana, datas comemorativas para compra de alimentos do tipo lanches, salgados, doces, bolos e tortas, por exemplo.

Em relação aos sacolões e/ou quitandas, 4,65% do total da amostra afirmou fazer a compra dos alimentos em um período que varia de quinze dias (2,32%) a uma ou mais vezes ao mês (2,32%). Em açougue, apenas 2,32% da amostra, uma consumidora, afirmou fazer suas compras quinzenalmente. De modo geral, ao analisar os principais estabelecimentos de compra pode-se associar a fala de Fonseca et al. (2009) em relação a ascensão dos supermercados na modernidade. Explicam os autores que a partir da expansão agroalimentar e industrial impulsionou a criação e instauração de grandes redes de supermercados, diminuindo as chances dos pequenos estabelecimentos, lojas artesanais ou com fornecimento de produtos específicos, a exemplo dos açougues e quitandas.

Pensando nisso, os principais locais de compras foram identificados segundo o perfil de consumo, juntamente com a frequência em que se destinam as aquisições dos alimentos em tais estabelecimentos. Os respectivos resultados serão discutidos nos Gráficos 11 e 12. Pelo Gráfico 11, compreende-se o papel dominante que o supermercado exerce como o principal local de compra para todos os perfis. Nesse caso, a frequência de compra mais significativa é a semanal tanto para o Perfil 'A' (100%) como para o 'B' (44,44%) e o 'C' (46,67%), enquanto que para o Perfil 'D' é mensalmente (68,75%), conforme ilustrado no Gráfico 12.

Gráfico 11: Principais locais de compra dos alimentos por perfis de consumo.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

As padarias não são consideradas uma opção de compra para o Perfil 'A', mas para o Perfil 'B' surge como possibilidade de compra semanal em 22,22% dos casos. Em relação ao Perfil 'C', 13,33% afirmam frequentá-la, durante a semana e a cada quinze dias, na mesma proporção, 6,67%. Já o Perfil 'D', para 6,25% dos casos é diariamente (6,25%). O açougue é o estabelecimento frequentado apenas por participantes do Perfil 'A', (33,33%) a cada quinze dias, não sendo uma alternativa para os demais perfis.

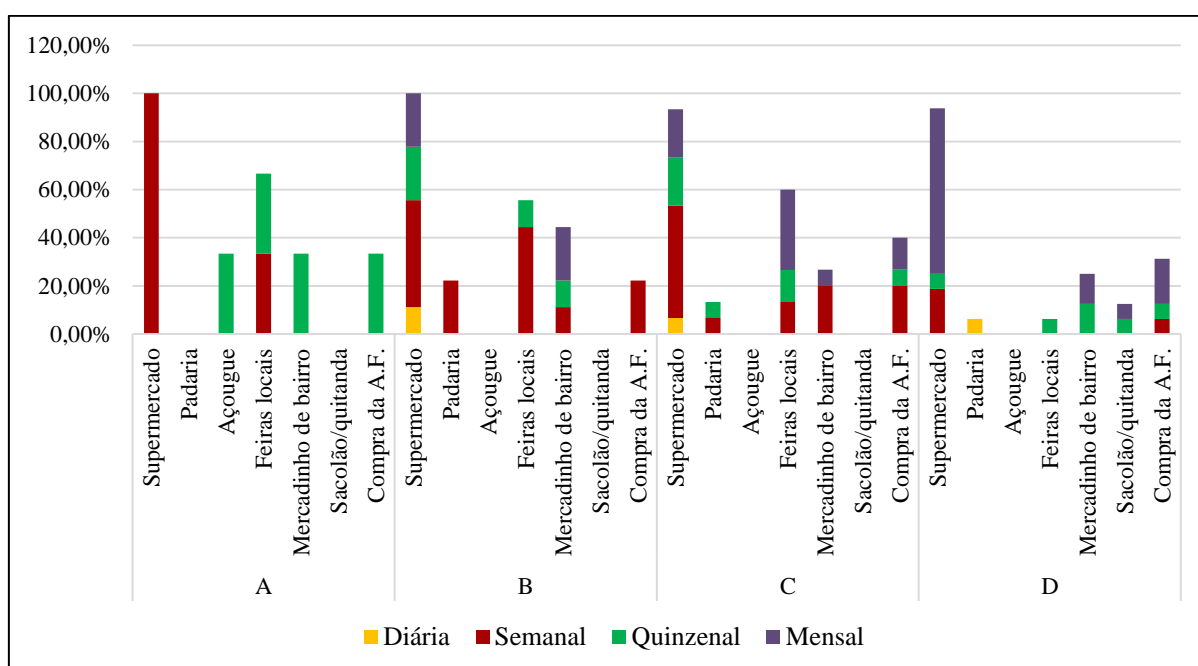
As feiras de alimentos se mostram entre os locais mais frequentados pelas consumidoras dos Perfis 'A' (66,67%), 'B' (55,56%) e 'C' (60%) e uma opção de compra reduzida para as comensais do Perfil 'D' (6,25%). Nesse sentido, o Perfil 'A' destina-se a feira toda semana em 33,33% dos casos investigados e na mesma proporção (33,33%) a cada quinze dias. As participantes do Perfil 'B' em uma média semanal (44,44%), enquanto o Perfil 'C' em maior proporção mensalmente (33,33%) e o Perfil 'D' a cada quinze dias (6,25%).

No estudo de Rech (2011), a partir da comparação entre duas feiras livres, uma da Associação de Feirantes de Pato Branco – PR (Afepato) e outra da Associação dos Feirantes Agroecológicos de Ampére – PR (Afaeco), contata-se similaridades com os resultados aqui apresentados. Por exemplo, na Afepato a maioria dos consumidores, cerca de 60%, possui renda média de R\$ 2.744,00, enquanto na Afaeco a renda mensal de 52% dos frequentadores é de R\$ 1.715,00. Em relação à frequência de compra, nos dois casos essa ocorre principalmente de forma semanal, sendo essa constância para 71% dos frequentadores da Afepato e 70% para os da Afaeco. O autor verificou ainda que entre os quesitos valorizados pelos consumidores dessas feiras, os quais justificam a permanência da realização de suas compras em tais locais, são similares em ambos os casos. Valorizam principalmente a possibilidade de encontrar alimentos frescos, de boa qualidade e baixo preço, além do fato de acreditar que compraram alimentos produzidos sem a utilização de veneno.

Os mercadinhos de bairros são os locais de maior frequência de compra das consumidoras do Perfil 'B' (44,44%), sendo para o Perfil 'A' uma alternativa em 33,33% dos casos, para o 'D' em 25,00% e 13,33% para o Perfil 'D'. Nesse sentido, o Perfil 'A' faz suas compras a cada quinze dias (33,33%); enquanto o Perfil 'B' (22,22%), ao menos uma vez ao mês, o Perfil 'C' (20,00%), semanalmente e o Perfil 'D', com proporções iguais de frequência, a cada quinze dias (12,50%) e mensais (12,50%). Sacolões e quitandas são locais de aquisição de alimentos apenas para a amostra do Perfil 'D' em 12,50% dos membros com frequência constatada a cada quinze dias (6,25%) e mensal (6,25%).

A compra direta de agricultores acontece corriqueiramente para todos os perfis. Contudo, para as consumidoras do Perfil ‘C’ observa-se que ela ocorre em maior proporção (53,33%), após para o Perfil ‘A’ (33,33%), seguido do Perfil ‘D’ (31,25%) e o Perfil ‘B’ (22,22%). Para o Perfil ‘A’, essa compra acontece com mais frequência, a cada quinze dias, em 33,33% das situações; para o Perfil ‘B’, semanalmente, em 22,22%; próximo ao ‘C’ (20,00%) que também adquire ao menos uma vez na semana. Enquanto isso 18,75% das entrevistadas do Perfil ‘D’ registram comprar mensalmente.

Gráfico 12: Frequência de compra dos alimentos por estabelecimentos e perfis de consumo.



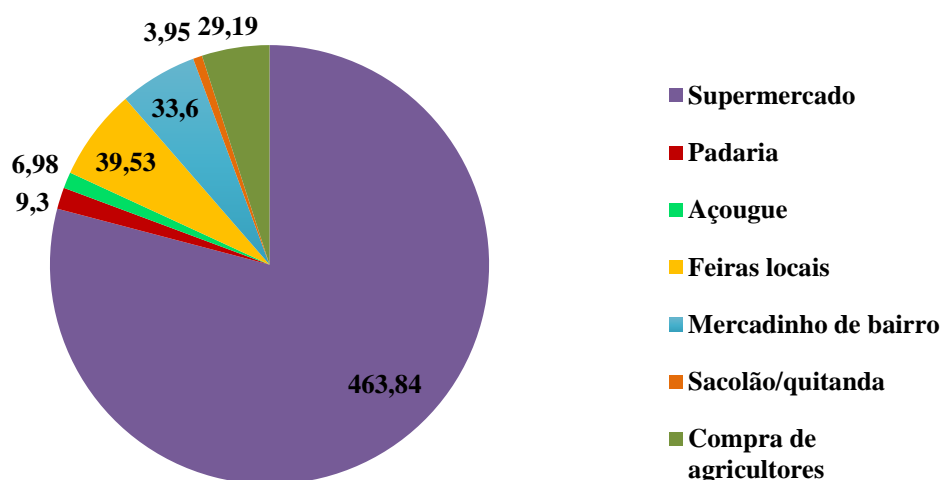
Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Grosso modo, ao analisar os Gráficos 11 e 12, percebe-se uma homogeneidade entre os quatro perfis quando se trata dos locais de compra. Ambos parecem articular suas aquisições em locais variados, contudo, o supermercado ainda continua sendo o de maior relevância, independentemente da faixa socioeconômica das participantes. Em termos de frequência das compras, verifica-se que elas tendem a diminuir em consonância com a renda econômica domiciliar.

Nesse sentido, a média de gastos destinados aos locais de compra investigados é ilustrado a seguir no Gráfico 13. Visualiza-se que aos supermercados se destinam a maior parte dos gastos, com quase 80% das despesas totais com alimentação, ou seja, em torno de R\$ 463,84 mensais considerando a média total de gastos da amostra. Em termos de salário mínimo, isso representa aproximadamente 48,62% do valor. Em segundo lugar, surgem as

feiras locais, com um saldo de R\$ 39,53 ao mês, que ocupam 6,74% da fatia das despesas alimentares totais, o que em relação ao salário mínimo corresponde a 4,14%. Em seguida, os mercadinhos de bairro surgem com um valor aproximado de R\$ 33,60, uma estimativa de 5,73% do valor total disposto com alimentos e 3,52% em relação ao salário mínimo.

Gráfico 13: Média de gastos nos locais de compra (R\$).



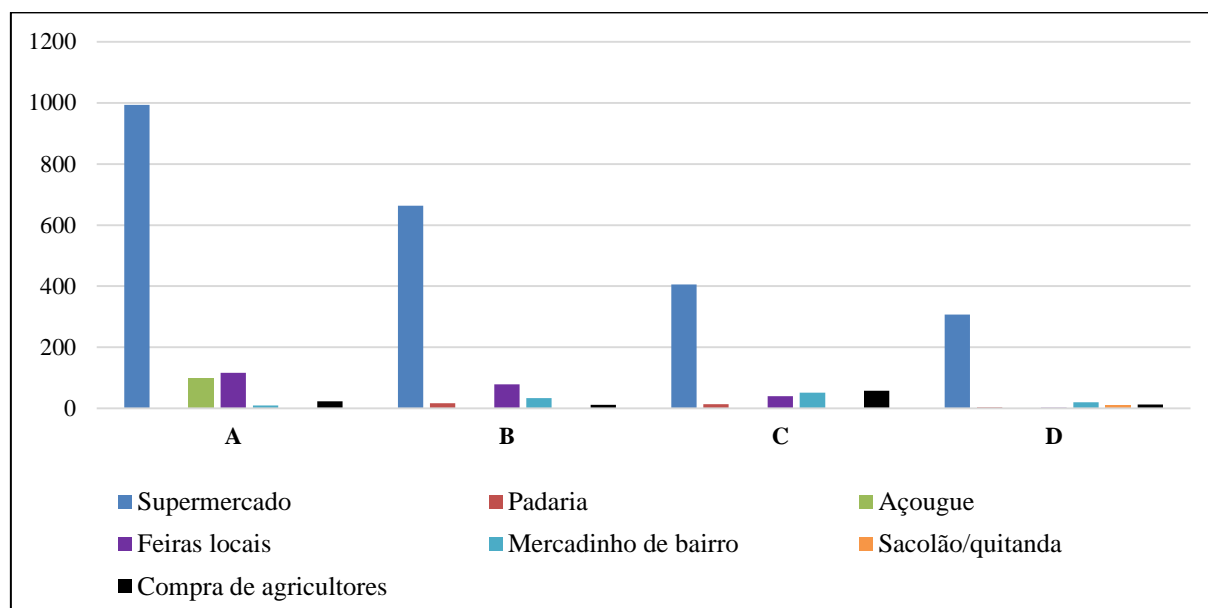
Fonte: Pesquisa de campo (2018).

As compras diretas da agricultura familiar correspondem a R\$ 29,19, cerca de 4,98% dos gastos e uma proporção de 3,06% do salário mínimo. Nesse caso, observa-se que apesar das compras dos agricultores serem realizadas com maior frequência do que nos mercadinhos, os recursos disponíveis para elas são menores em relação ao total da amostra. Uma explicação para isso pode ser o fato de que os alimentos adquiridos dos agricultores foram relatados como aqueles de mais baixo custo, como saladas, verduras, ovos, mel, queijos e salames, por exemplo. Nas padarias a média de gastos é de R\$ 9,30 mensais, cerca de 1,59% das despesas e 0,97% em relação ao salário mínimo. Aos açougues, o local com menor participação nas compras, considerando o total da amostra, são destinados R\$ 6,98 ao mês (1,19%), sendo 0,73% em proporção do salário mínimo; enquanto aos sacolões e/ou às quitandas a menor média, R\$ 3,95 ao mês (0,67%), representando 0,41% do salário mínimo.

Consideraram-se também esses resultados para os quatro perfis de consumo, conforme apresentado no Gráfico 14. O supermercado é o estabelecimento para o qual todos os perfis destinam a maior parte dos recursos monetários com alimentação no domicílio. O Perfil 'A' destina em torno de R\$ 933,33, que correspondem a 79,89% dos gastos médios

totais; o Perfil 'B', R\$ 663,33 (82,40%); o Perfil 'C', R\$ 405,67 (71,30%) e o Perfil 'D', R\$ 306,88 (86,07%), sendo que esse, em termos de proporção, destina a maior parte dos gastos a esse estabelecimento. À padaria destinam-se os seguintes recursos, o Perfil 'B', cerca de R\$ 16,67 (2,07%); o 'C', R\$ 13,33 (2,34%) e o 'D', R\$ 3,13 (0,88%). Para o açougue, a média de gastos corresponde apenas ao Perfil 'A' e é de R\$ 100,00 mensais (8,04%).

Gráfico 14: Média de gastos em cada local de compra por perfis de consumo.

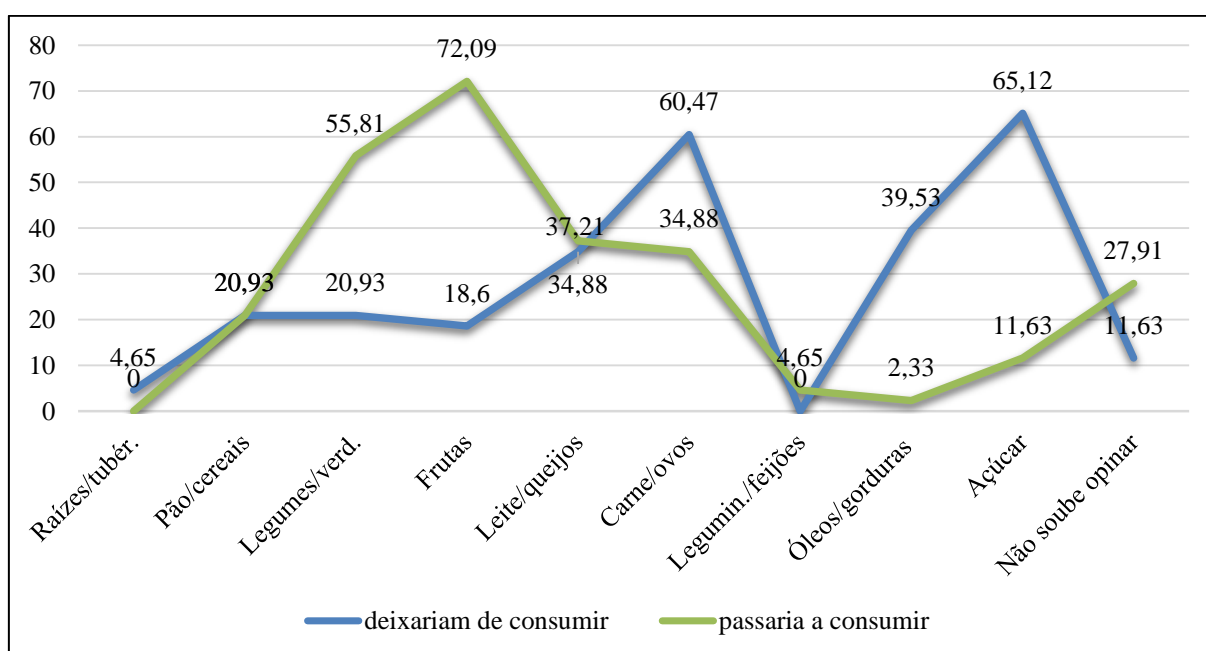


Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Nas feiras de alimentos, o Perfil 'A' expende ao mês aproximadamente R\$ 116,67 (9,38%); enquanto o Perfil 'B', R\$ 78,89 (9,80%), o que significa a maior proporção de recursos em função das despesas totais. Ao passo que o Perfil 'C' utiliza R\$ 40,00 (7,03%) e o Perfil 'D', cerca de R\$ 2,50 (0,70%), caracterizando o menor gasto em comparação aos demais. As consumidoras do Perfil 'C' destinam a maior parte dos recursos aos mercadinhos de bairro em relação aos demais perfis, cerca de R\$ 52,00 mensais (9,14%); o Perfil 'D', R\$ 20,63 (5,79%), o Perfil 'B', R\$ 33,89 (4,21%) e o Perfil 'A' o menor custo, R\$ 10,00 ao mês (0,80%). Aos sacolões e/ou às quitandas, apenas as consumidoras do Perfil 'D' destinam recursos, em média R\$ 10,63 mensais, correspondendo a 2,98% dos gastos. As compras de agricultores são mais bem representadas pelos perfis de menor poder aquisitivo, cujo membros do Perfil 'C' destinam algo em torno de R\$ 58,00 mensais, cerca de 10,19% dos gastos totais; seguidos do Perfil 'D', R\$ 12,81 (3,59%). Enquanto o Perfil 'A', em média, paga mensalmente R\$ 23,33 (1,88%) por esses alimentos; e o Perfil 'B', cerca de R\$ 12,22, a menor proporção em termos de gastos (1,52%) em relação aos demais perfis.

Sabendo-se que as escolhas alimentares são orientadas por diferentes variáveis e comportamentos, buscou-se melhor compreender o que os indivíduos deixariam de consumir supondo uma situação de restrição financeira durante o mês, bem como quais alimentos passariam a consumir com maior frequência se a situação financeira melhorasse. Pretendeu-se com isso conhecer as principais tendências dos hábitos alimentares, tendo em vista a influência da variável renda. As respostas obtidas a partir desses questionamentos são interpretadas a seguir no Gráfico 15.

Gráfico 15: Tendência no consumo supondo uma situação de melhora ou restrição financeira.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

A análise das tendências de consumo, a partir da variável renda, permite verificar que na hipótese de uma menor disponibilidade de recursos financeiros, os três principais grupos alimentares a serem prontamente cortados da dieta são o ‘açúcar’, em 65,12% dos casos; ‘carne e ovos’, em 60,47% e ‘óleos e gorduras’ em 39,53% da amostra. Nesse sentido, é curioso notar a posição dos grupos açúcares e óleos e gorduras em relação aos demais, pelo fato desses alimentos ocuparem fatias muito pequenas nas despesas com alimentação como se verificou no capítulo anterior (Gráfico 6). Sendo a carne o alimento com a maior representatividade nos gastos, esperava-se que ela ocupasse a primeira posição de corte no orçamento. Contudo, uma justificativa para isso, é que tais grupos de alimentos também foram apontados como aqueles que já vêm inclusos na cesta básica (conforme relatado na

seção 4.2) e, por isso, em situação de restrição financeira tendem a ser preferencialmente eliminados das compras mensais.

Em seguida, ‘leite e queijos’ são uma alternativa de corte para 34,88% das pessoas pesquisadas, os grupos ‘pães e cereais’ e ‘legumes e verduras’, ambos correspondentes a 20,93% da amostra, foram considerados pelas consumidoras como uma opção. As ‘frutas’ também foram consideradas uma possibilidade, todavia, com uma média de indicação reduzida para 18,60%, sendo os alimentos declarados como os mais caros das refeições e por isso nem sempre possíveis de serem adquiridos. Nessa condição, as ‘raízes e tubérculos’, para uma pequena proporção da amostra (4,65%), poderiam ser eliminados da dieta, enquanto não houve nenhum registro para o grupo de ‘leguminosas e feijões’. No total das declarações, 11,63% das participantes disseram não saber opinar sobre quais grupos de alimentos poderiam deixar de consumir supondo uma maior dificuldade financeira na renda domiciliar.

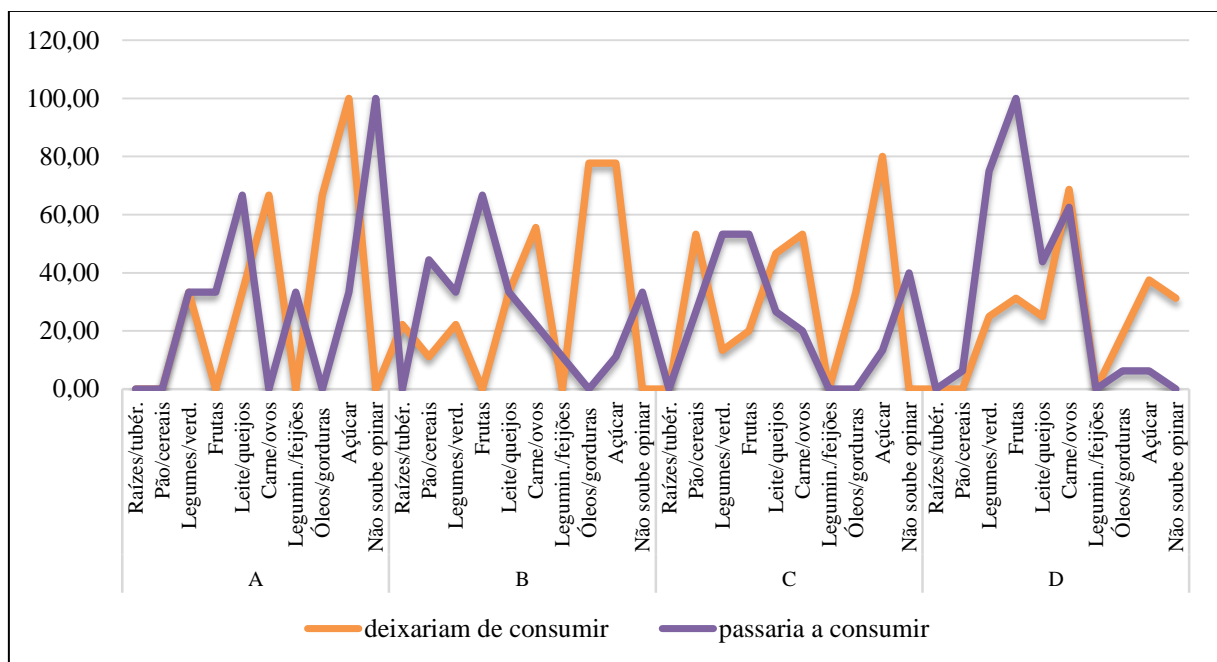
Em relação aos alimentos que passariam a consumir com mais frequência, caso a situação financeira se invertesse, se houvesse um aumento na disponibilidade de recursos destinados à alimentação, constatou-se que 72,09% das entrevistadas incluiriam na dieta frutas; 55,81%, alimentos do tipo ‘legumes e verduras’, e ‘leite e queijos’ considerou-se em 37,21% dos casos. Nesse sentido, pode-se dizer que há uma propensão das participantes em torno da saudabilidade alimentar, já que possuindo maior renda desejam adquirir mais alimentos considerados benéficos à saúde. Considerando uma situação econômica mais favorável, também passaria a estar presente na lista de compras o item ‘carnes e ovos’ (34,88%). Nesse sentido, é importante observar que o grupo carnes e ovos e seus derivados, ao mesmo tempo em que está entre os principais itens de corte no caso de diminuição na renda, não são considerados entre as três principais tendências de consumo supondo um aumento nos recursos. Entre outras coisas, isso pode estar atrelado ao custo mais elevado da carne e não a uma necessidade de manutenção dos hábitos alimentares, caso fosse possível consumi-la com maior regularidade.

Das consumidoras pesquisadas, 20,93% afirmou que passaria a consumir com maior frequência alimentos do tipo ‘pães e cereais’, o mesmo índice que afirmou eliminar tais alimentos supondo uma redução na renda, indicando serem esses alimentos bastante suscetíveis à variação econômica. O ‘açúcar’ é indicado em 11,63% das declarações, seguido de ‘leguminosas e feijões’ (4,65%) e ‘óleos e gorduras’ (2,33%). O grupo ‘raízes e tubérculos’ não teve nenhuma indicação o que pode estar associado ao fato de os alimentos desse grupo serem mais acessíveis financeiramente ou ainda cultivados pelas próprias consumidoras,

como exposto anteriormente na seção 4.2. Não souberam opinar ou afirmaram que não mudariam a dieta em 27,91% das declarações.

Nessa ocasião, consideraram-se ainda as tendências no consumo dos grupos alimentares segundo os perfis de consumidoras. Os resultados são comentados no Gráfico 16. Em termos de perfis de consumo, verifica-se que há uma conformidade entre os dados. Em todos os quatro perfis, a ‘carne e ovos’ aparece como um dos principais alimentos que poderiam ser cortados da dieta supondo restrição no orçamento. Em relação ao Perfil ‘A’, 66,67% das participantes firmaram essa possibilidade; enquanto no Perfil ‘B’, 55,56%; no ‘C’, 53,33% e no Perfil ‘D’, 68,75% das interlocutoras. Da mesma forma ocorre com o grupo ‘açúcares’, todos os perfis o apontam como uma opção de corte (Perfil ‘A’:100%; ‘B’: 77,78%; ‘C’: 80,00% e ‘D’: 37,50%).

Gráfico 16: Tendência no consumo supondo uma situação de melhora ou de restrição financeira por perfis de consumo.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Os ‘óleos e gorduras’ surgem enquanto alimentos mais propensos a deixar de ser consumidos pelo Perfil ‘A’ (66,67%) e ‘B’ (77,78%), sendo pouco indicado pelas consumidoras do Perfil ‘C’ (33,33%) e Perfil ‘D’ (18,75%). Já as ‘frutas’ de forma alguma seriam eliminadas da dieta das participantes dos Perfis ‘A’ e ‘B’, ao passo que para os Perfis ‘C’ (20%) e ‘D’ (31,25%) seriam uma opção. Além disso, constata-se que, em 31,25% das declarações do Perfil ‘D’, afirmou-se não saber opinar sobre essa questão, tendo em vista que

ao eliminar qualquer grupo haveria restrição de alimentos na dieta e que essa situação já é constatada cotidianamente em muitos casos, devido a alguns consumidores declarar a falta de alimentos em termos de quantidade.

Em situação de aumento da renda, as 'frutas' são as mais propensas a serem consumidas frequentemente pelas consumidoras do Perfil 'B' em 66,67% dos casos; para o 'C', em 53,33% e para o 'D', em 100%, sendo que nesse último se constata carências no consumo devido à baixa ingestão diária desses alimentos. Em relação ao Perfil 'A', essa proporção é reduzida a apenas 33,33% das consumidoras, sendo esse o perfil em que se constatou o maior número de afirmações de participantes que acreditam ter uma dieta satisfatória, não havendo necessidade de acrescentar mais alimentos na composição das refeições. Os 'legumes e verduras' também aparecem enquanto um dos principais grupos com maior tendência de consumo em função do aumento da renda. Os Perfis 'A' e 'B' assinalaram a mesma proporção, 33,33% dos casos; enquanto o Perfil 'C', em 53,33% e o Perfil 'D', em 75,00%, sinalizando uma maior propensão a consumir os alimentos desse grupo.

Grosso modo, os dados sinalizam tendências de consumo relacionadas principalmente aos aspectos da saudabilidade, sobretudo, atrelada a uma dieta a partir de alimentos considerados tradicionais no cardápio gastronômico do Brasil (BARBOSA, 2007; SILVA, 2006). Por exemplo, ao considerar a diminuição na renda, os alimentos, como arroz, feijão, leguminosas, raízes, tubérculos e frutas foram uma opção com baixos índices de corte para todos os quatro perfis por serem considerados a base da dieta. Enquanto isso, muitos relatos associaram os óleos, as gorduras e os açúcares como as principais possibilidades de eliminação da dieta por serem entendidos como alimentos prejudiciais à saúde. Ao passo que uma dieta saudável esteve vinculada diretamente às tendências de maior consumo de uma variedade de frutas, legumes, verduras, leite e queijos.

Nesse mesmo sentido, a pesquisa de Barbosa (2007) mostrou que as pessoas reconhecem o caráter contraditório das várias fontes de informações sobre os alimentos contemporâneos, em termos de saudabilidade conferida pela ciência, sendo capazes de citar com clareza os alimentos que acreditam ser saudáveis da mesma forma que os vilões do cardápio. Independente da variável social e econômica considerada, elas sabem indicar aquilo que gostam de comer e aquilo que do ponto de vista da saúde seria apropriado ingerir. No estudo da autora, os participantes quando questionados a citar quais alimentos fazem bem para a saúde responderam principalmente as verduras (54%); as frutas (45%); o feijão (37%) e os legumes (33%). Quando solicitados a mencionar os vilões da dieta, os indicadores foram gordura (35%); fritura (22%); refrigerante (16%); carnes gordurosas (16%) e sal (15%).

Dessa forma, assim como no estudo de Barbosa, no contexto dessa pesquisa, observa-se que para além dos fatores objetivos associados à renda e a possibilidade de acesso à alimentação, existe uma tendência na ingestão de alimentos considerados como saudáveis, enquanto há uma propensão na diminuição daqueles vistos como prejudiciais para a saúde e o bem-estar. Da mesma forma, verifica-se a busca por alternativas alimentares a partir da aquisição de alimentos provenientes de outros meios de comercialização que não somente dos convencionais, principalmente a partir da justificativa de oposição ao alimento industrializado e, dessa forma, visto como menos saudável.

5.2 TENDÊNCIAS NO CONSUMO DE CATEGORIAS ESPECÍFICAS DE ALIMENTOS NA DIETA

Nessa seção conjugou-se a análise do consumo a partir de tendências de alimentos *diet* e *light*, funcionais, orgânicos e agroecológicos, locais e regionais e de produtos processados. Para uma melhor compreensão, os alimentos *diet* e *light* foram compreendidos como aqueles de caráter dietoterápicos, indicados para pessoas com necessidades ou restrições alimentares específicas. São alimentos industrializados habitualmente associados a preocupações estéticas e dietéticas por serem considerados menos calóricos. Os gêneros alimentícios *light* se caracterizam por ter em sua composição alguns nutrientes reduzidos, menos calorias, gorduras, carboidratos, açúcar, sódio e são indicados principalmente para pessoas que querem ou precisam perder peso. Os *diets* apresentam substituição total de alguma substância ou ausência de determinados nutrientes, como, sal, açúcar, carboidratos, lactose e gordura (CHEUNG, BATALHA, LAMBERT, 2013).

Por alimentos funcionais, entendem-se aqueles que proporcionam benefícios para a saúde além da nutrição básica por conterem substâncias ativas que beneficiam o organismo. Nesses incluem-se farelo de cereais, chá verde, sementes de chia, nozes, iogurtes, *kefir*, entre outros. Trata-se de alimentos convencionais, enriquecidos ou melhorados e suplementos alimentares (KEARNEY, 2010). Os orgânicos ou agroecológicos, tratou-se dos alimentos provenientes de uma produção agrícola baseada na efetivação de práticas ecológicas, mediante um sistema de promoção da biodiversidade, na rotação de culturas, no manejo do solo e dos demais recursos naturais. Dessa forma, a alimentação orgânica e/ou agroecológica expressa noções do ‘natural’, ligada à ausência de agrotóxicos e aditivos químicos (GOODMAN; WILKINSON; SORJ, 1987). Além disso, pode ser compreendida, a partir das

falas e declarações das consumidoras, enquanto aquela produzida de forma ‘tradicional’, que não prejudica o meio ambiente e nem os produtores (PORTILHO, 2009b).

Os alimentos locais ou regionais são aqueles que envolvem relações espaciais próximas e diretas entre produtores e consumidores sem a interferência do mercado. Para tanto, considerou-se o que é discutido por Triches (2012), Triches e Schneider (2010) e Gazolla e Schneider (2017), ao evidenciar a importância das cadeias curtas e a localização do alimento como forma de valorizar e assegurar aquilo que será consumido. Nesse sentido, entende-se aqui toda a alimentação proveniente da agricultura familiar, feiras de alimentos, da produção artesanal, das hortas urbanas, incluindo alimentos identitários, enraizados na cultura e no território. Também foram considerados alimentos provenientes da produção de sítios/fazendas de amigas, amigos e familiares.

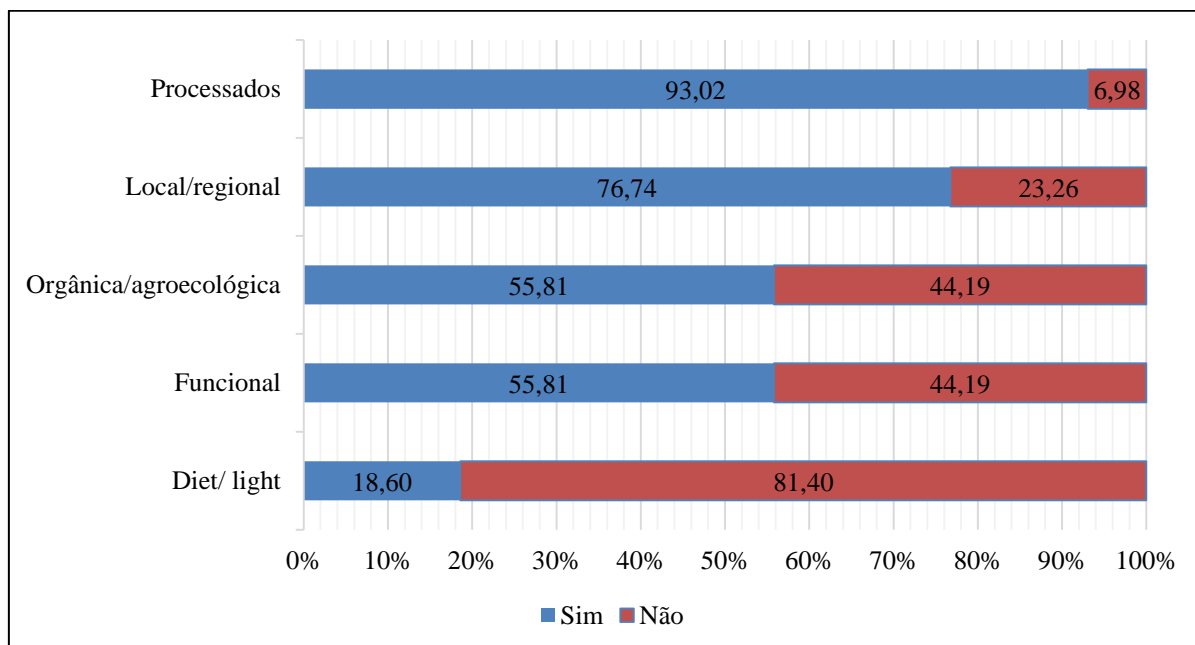
Conforme o Guia Alimentar (BRASIL, 2014), os alimentos processados são aqueles cuja fabricação envolve diversas etapas e técnicas de processamento e ingredientes muitos dos quais exclusivamente de base industrial. Trata-se de uma categoria bastante variada, baseada em produtos produzidos por indústrias que, por sua vez, se utilizam de ingredientes, como conservantes, corantes, emulsificantes e outros aditivos químicos com a função de realçar a cor, o sabor, o aroma, a textura e estender o prazo de validade da alimentação. Exemplos incluem biscoitos recheados, salgadinhos de pacote, macarrão instantâneo, gêneros prontos para consumo como, embutidos, maioneses e molhos, entre outros.

Pensando nisso, interrogaram-se as interlocutoras a respeito das cinco classificações de categorias específicas de alimentos. Inicialmente se propôs compreender se as participantes ou alguém no domicílio possuía o hábito de consumir qualquer um dos alimentos mencionados durante alguma refeição. Após, buscou-se saber a respeito da frequência de consumo desses alimentos. Pelo Gráfico 17 e Gráfico 18, verifica-se a ilustração dos resultados para o total das entrevistadas. Analisando os dois extremos, tem-se que a categoria mais consumida é a de produtos processados (93,02%) e a menos consumida é a *diet e light* (81,40%).

Em relação aos produtos processados, a pesquisa de Barbosa (2007) indicou que ele é valorizado basicamente pelo seu aspecto pragmático e em momentos de ‘emergências’. É interessante notar, nesse sentido, que no contexto desse estudo, apesar dele ser consumido frequentemente, foi também apontado pelas consumidoras como aquele que se deveria evitar por não fazer bem à saúde física. Esse aspecto fica claro na fala da Consumidora 1, ao ser questionada sobre os hábitos saudáveis de sua alimentação: ‘*Comemos com variedade, quase*

não consumimos produtos industrializados e compramos direto dos agricultores e também pelo fato de conseguir cozinhar em casa’.

Gráfico 17: Consumo de categorias específicas de alimentos.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Pela declaração acima mencionada, observa-se que as possibilidades de inclusão dos produtos processados durante as refeições caracterizam dentro da narrativa hábitos menos saudáveis, em contraposição a valorização da comida caseira, por conta de suas características de saudabilidade. Todavia, seu consumo pode ser atribuído a uma maior disponibilidade de alimentos ofertados pelas indústrias alimentícias que se apoiam em intensas ferramentas de propaganda e *marketing* para vender seus produtos como saudáveis, convencendo alguns consumidores de que são bons para comer.

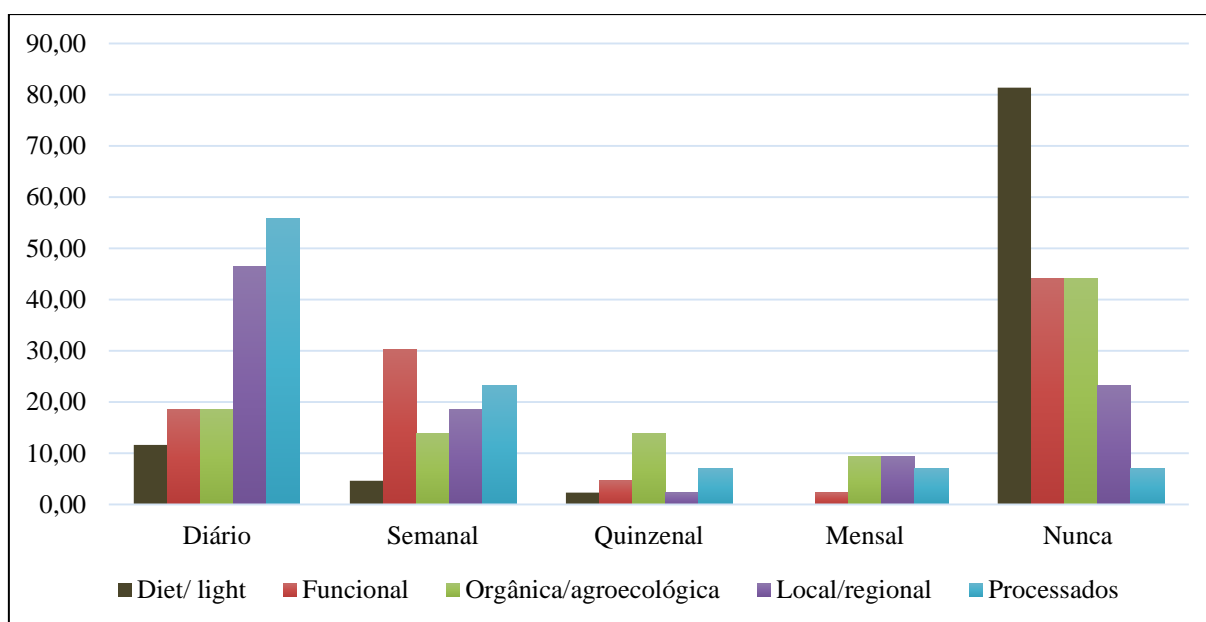
As preferências pela alimentação local e/ou regional foram identificadas em 76,74% dos casos, enquanto a orgânica e/ou agroecológica em 55,81%. Esse tipo de alimentação pode estar associada aos contextos que surgem em resposta às contradições da alimentação moderna, geradas em meio a processos de transformação dos alimentos e acréscimos em sua composição. Lembra Portilho (2009b) que a opção por esses alimentos também pode se dar a partir de contextos de socialização, seja na primeira infância, em outras circunstâncias ao longo da vida adulta ou ainda por influência de familiares e grupos sociais aos quais a representação do saudável está atrelada a alimentos cultivados localmente sem aditivos químicos e artificiais.

Nesse caso, explica Portilho (2009b) que a alimentação passa de uma dimensão da esfera privada, determinada pelas preferências individuais, hábitos culturais, recomendações nutricionais e médicas, para uma dimensão ética e política, a partir daqueles que reconhecem as responsabilidades sobre as consequências das suas escolhas na esfera coletiva. Esse aspecto pode ser representado no depoimento da Consumidora 19, ao manifestar sua relação com o alimento:

A gente tem uma grande conexão com a terra e a natureza, sabemos dos malefícios dos agrotóxicos para a saúde. Buscamos sempre comprar dos agricultores porque sabemos da importância disso nos hábitos alimentares e pra natureza. (Consumidora 19: Pato Branco/PR, 2018).

A partir dessa declaração, é possível associar esse contexto a uma forma de reivindicação ou reinvenção da política às chamadas subpolíticas descritas por Beck (1997), o que é um indicativo de que a esfera do consumo, especialmente a do consumo alimentar, surge como estratégia de ação política. Tal suposição não significa necessariamente que existam formas de participação política convencionais (partidos, sindicatos, movimentos sociais), mas, ao contrário dos preceitos de privatização da política, pode ser analisada como uma aplicação dessa para além do espaço dos mercados (PORTILHO, 2009b).

Os alimentos do tipo funcionais são consumidos por 55,81% das participantes. Nesse caso, foram considerados os alimentos que apresentam funções voltadas às preocupações com hábitos mais saudáveis e o bom funcionamento do organismo. São alimentos que possuem em sua composição nutricional algum ingrediente que é fornecido a mais em relação aos outros. Os *diets* e *light* são ingeridos por 18,60% das consumidoras, estando atrelados mais a preocupações estéticas e dietéticas. No estudo de Abonizio e Jimenez (2014), eles possuem preferência entre as mulheres, o qual em geral, é uma escolha justificada pela saúde e às preocupações com o sobrepeso. Segundo Poulain (2004), tais alimentos, funcionais e *diets* e *light*, são considerados produtos da modernidade alimentar, designando as mutações de atitudes, das normas e práticas alimentares de um novo modelo alimentar que emergiu a partir da década de 1980. Inicialmente esses alimentos foram desenvolvidos para fins terapêuticos com o propósito de atender pessoas em condições médicas específicas. A partir desse período, contudo, foram sendo cooptados pela indústria alimentícia dietética, passando a fazer parte de uma espécie de modismo social por meio de discursos publicitários com foco principalmente nas mulheres, propondo o consumo sem culpa e prometendo a combinação de estética e saúde.

Gráfico 18: Frequência no consumo de categorias específicas de alimentos (%).

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

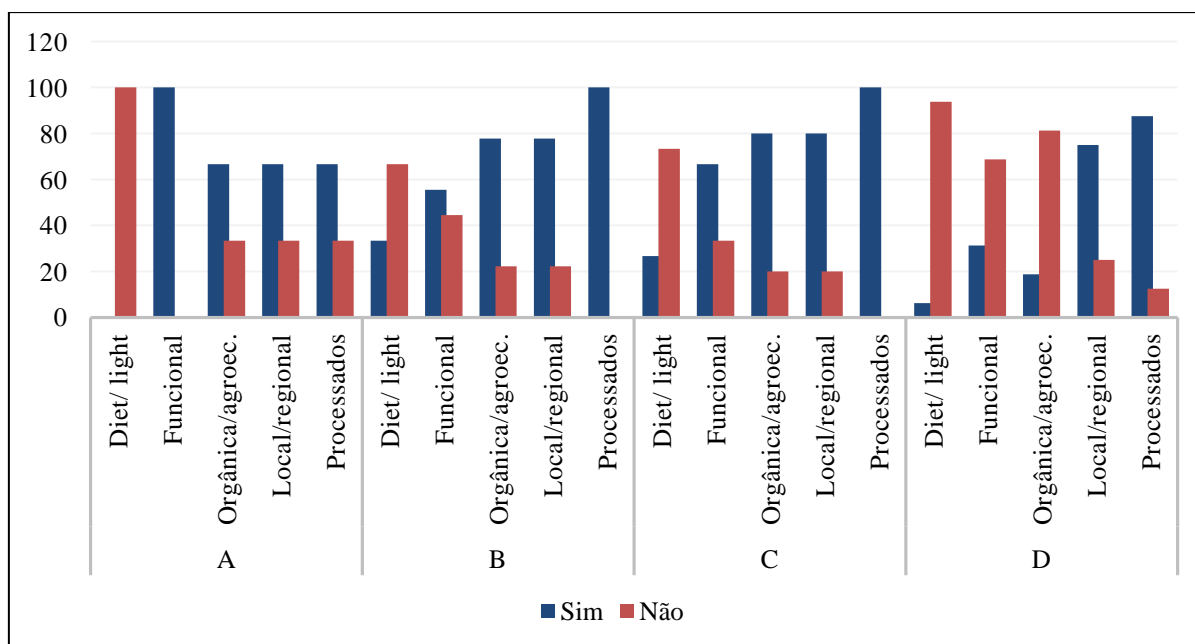
Em termos de frequência, os *diets* e *light* são consumidos diariamente por 11,63% da amostra, 4,65% consome ao menos uma vez na semana e 2,33% a cada quinze dias. Os funcionais semanalmente por 30,23% das investigadas; 18,60%, diariamente; 4,65%, a cada quinze dias; 2,33%, ao menos uma vez ao mês e 44,19% disseram nunca consumir. Os orgânicos e/ou agroecológicos registram-se um consumo diário em 18,60% dos casos, consomem-se numa frequência semanal (13,95%) e quinzenal (13,95), a mesma proporção. Mensalmente eles alimentam 9,30% da amostra de forma que 44,19% afirma nunca consumir. Os alimentos locais e/ou regionais são mais bem representados numa frequência diária de consumo para 46,51% das participantes, 18,60% os consomem de forma semanal; 9,30%, mensal e a cada quinze dias registrou-se a menor frequência (2,33%). Nesse sentido, 23,26% das consumidoras afirmaram nunca adicionar esses alimentos às refeições.

De modo geral, os resultados indicam que diariamente consomem-se produtos processados (55,81%), semanalmente são consumidos em 23,26% dos casos; 6,98%, a cada quinze dias, na mesma proporção de forma mensal (6,98%) e para aquelas que disseram nunca consumir (6,98%). Nesse caso, é possível dizer que há uma certa tendência a industrialização dos hábitos alimentares das participantes, os quais se caracterizam pela ingestão de alimentos variados, como molhos prontos, macarrão instantâneo, mistura de temperos, bolachas recheadas, entre outros (FISCHLER, 2007). Confirmando as indicações da POF (2008-2009) em relação a uma tendência de maior consumo de produtos de base

industrial, como foi argumentado em parágrafos anteriores no referencial teórico desse estudo. Verificou-se isso também no estudo de Silva (2006) em que 83,70% das entrevistadas deram preferência à compra de alimentos convencionais e industrializados ao invés de outros tipos como orgânicos e/ou ecológicos.

Em termos de perfis de consumo, os dados são apresentados no Gráfico 19 a seguir. Em relação às declarações sobre o consumo de alimentos *diet* e *light*, esses são mais consumidos pelas entrevistadas do Perfil ‘B’ (33,33%) em relação aos dos Perfis ‘C’ (26,67%) e ‘D’ (6,25%), enquanto o Perfil ‘A’ afirmou não ter o hábito de consumir esse tipo de alimentação. Em contrapartida, esse último perfil é o que mais consome alimentos funcionais, seguido das consumidoras dos Perfis ‘B’ (55,56%); ‘C’ (66,67%) e ‘D’ (31,25%). O consumo da alimentação orgânica e/ou agroecológica acontece principalmente para o Perfil ‘C’, em 80% dos casos; em seguida para o Perfil ‘B’, com 77,78% das pessoas; o Perfil ‘A’ registrando 66,67% e em menor proporção as consumidoras do Perfil ‘D’ (18,75%).

Gráfico 19: Consumo de categorias específicas de alimentos por perfis de consumo (%).



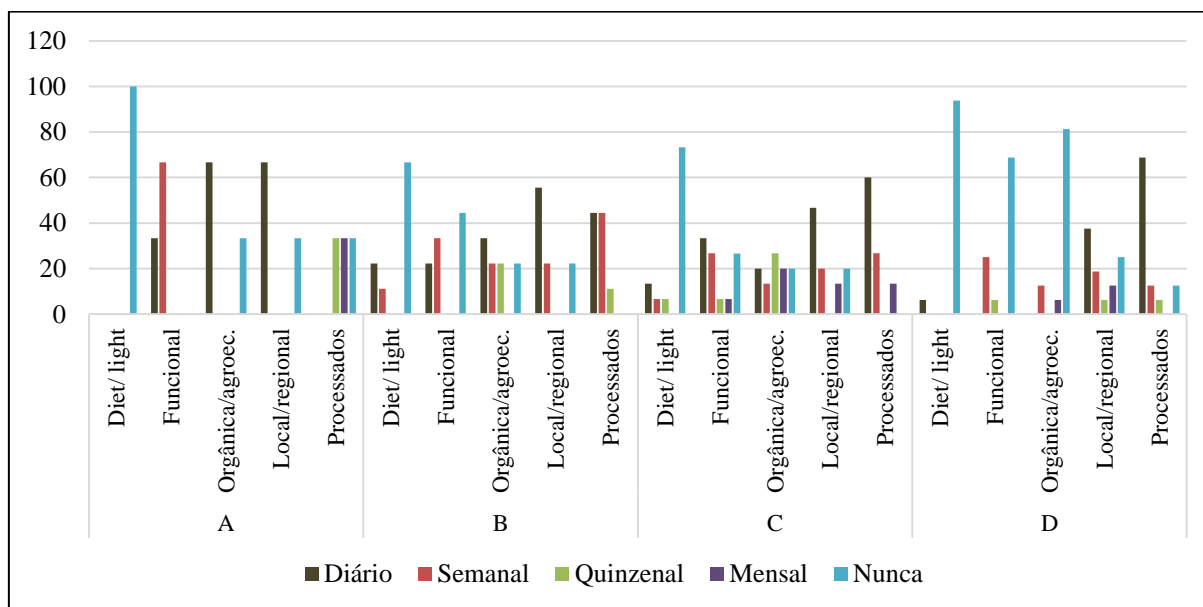
Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Ao comparar o consumo dos alimentos locais e/ou regionais visualizam-se resultados próximos em relação aos quatro perfis. O Perfil ‘C’ é aquele que mais consome, com uma média de 80% das participantes; o Perfil ‘B’ com 77,78%; o ‘D’ com 75% e o ‘A’ com a menor proporção de consumo, em torno de 66,67% das consumidoras. A alimentação processada é consumida por todas as participantes dos Perfis ‘B’ (100%) e ‘C’ (100%),

enquanto 87,50% das consumidoras do Perfil ‘D’ afirmam consumi-la e, em menor número as consumidoras do Perfil ‘A’, em 66,67% dos casos.

Os resultados da análise da frequência de consumo, segundo os quatro perfis, constam no Gráfico 20. Os alimentos *diet e light* são aqueles indicados, em maior proporção, na opção de ‘nunca consumir’ em todos os quatro perfis. Contudo, são consumidos diariamente por 22,22% das participantes do Perfil ‘B’ e por 13,33% das consumidoras do Perfil ‘C’. Já os funcionais apresentam uma tendência maior de consumo diário e semanal pelos Perfis ‘A’, ‘B’ e ‘C’, enquanto 25% do Perfil ‘D’ afirmou consumir semanalmente e 68,75% disse nunca os consumir. Em relação à alimentação orgânica e/ou agroecológica, existe uma propensão a diminuir a frequência de consumo conforme a renda das participantes diminui, fato que se observa também para o consumo de alimentos locais e/ou regionais. Em outra perspectiva, os alimentos processados são frequentemente utilizados pelas consumidoras dos Perfis ‘C’ e ‘D’ e, em menor constância, pelos Perfis ‘A’ e ‘B’, indicando que essa alimentação está mais propensa a ocorrer todos os dias para as participantes de menor renda.

Gráfico 20: Frequência no consumo de categorias específicas de alimentos por perfis de consumo (%).

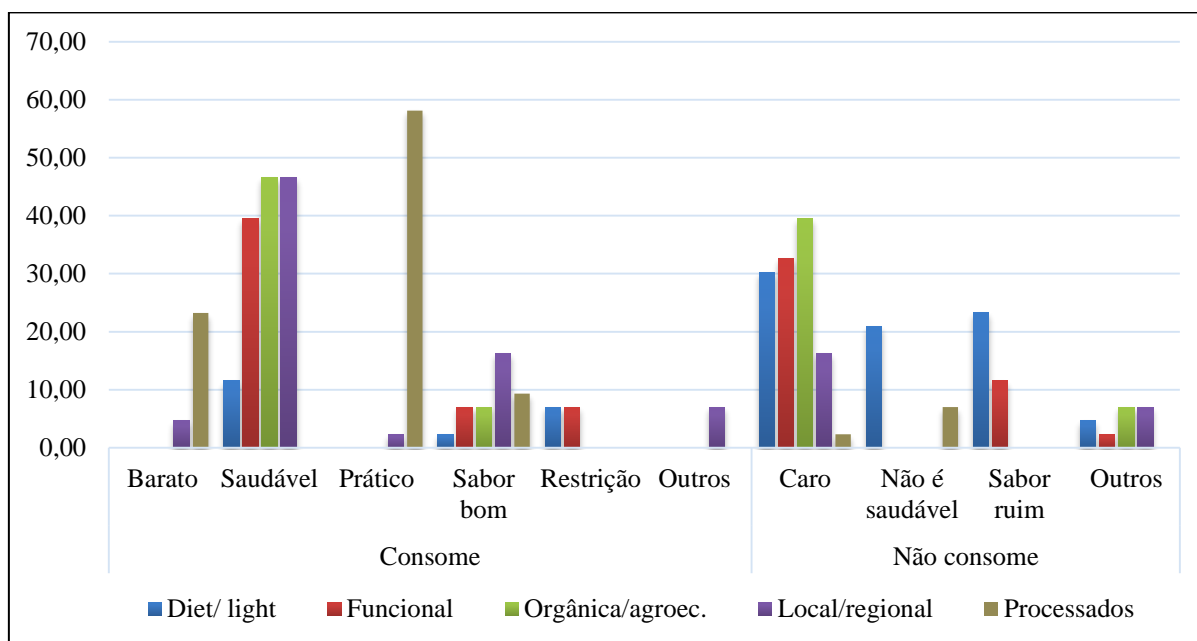


Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Nesse contexto, questionou-se sobre os principais motivos de consumo ou de não consumo dos alimentos (Gráfico 21). Para tanto, foram apresentadas as participantes diferentes alternativas para que escolhessem aquelas que melhor correspondessem a sua opinião. As alternativas relacionadas às razões de consumo foram: baixo custo dos alimentos,

benefício para a saúde, prático para o consumo e gosto do sabor. Entre as possibilidades de respostas para a rejeição desses alimentos, considerou-se: o alto preço, não ser saudável, o sabor ruim e a restrição alimentar. Além disso, foi dada a opção ‘outros motivos’ para todas as respostas. Pretendeu-se com isso, conhecer algumas variáveis que interferem nas escolhas e decisões de categorias específicas de alimentos na dieta.

Gráfico 21: Motivações sociais do consumo de categorias específicas de alimentos.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Em relação às declarações do consumo de alimentos *diet e light*, a investigação mostra que preferencialmente 11,63% da amostra os consomem por acreditar que fazem bem à saúde; 6,98%, por apresentar algum tipo de restrição alimentar e 2,33% afirmou gostar do sabor. Nessa mesma perspectiva da pesquisa de Cheung, Batalha e Lambert (2013) em que os entrevistados declaram consumir esses alimentos principalmente por ordem médica, interpretando a sua ingestão como um benefício à boa saúde. Já os motivos que os levam a não consumir, em 30,23% das declarações, é por serem alimentos caros; 20,93% acreditam que esses não são saudáveis, mas sim *‘uma invenção da indústria para vender mais’*, como expresso pela Consumidora 10; enquanto 23,26% não os consomem por achar o sabor ruim. Na opção ‘outros’, 4,65% afirmou não consumir por não ter interesse por esse tipo de alimentação e por não conhecer do que são feitos tais alimentos.

Os alimentos funcionais quando consumidos foram mais bem representados nos aspectos de saúde em 39,53% das declarações, sendo indicados principalmente como aqueles

que contribuem para um melhor funcionamento do organismo. Também afirmaram-se gostar do sabor em 6,98% da amostra, a mesma proporção que disse ter algum tipo de restrição (6,98%). Dos motivos pelos quais não há consumo, a grande maioria, cerca de 32,56%, declarou o fator preço, enquanto 11,63% considera o sabor ruim. Na opção 'outros', 2,33% disse não os consumir pelo fato de não serem práticos para consumo, dificultando o transporte e a rotina diária entre afazeres da casa, trabalho e estudos.

Entre os principais motivos que levam ao consumo de alimentos orgânicos e/ou agroecológicos, encontram-se as tendências de saudabilidade, registrada por 46,51% das consumidoras, mostrando-se ainda mais importante em relação ao motivo pelo qual não são consumidos, 39,53% afirmou não consumir por ser um alimento caro. Outro aspecto em relação ao consumo foi a variável gosto, em 6,98% dos casos. Essa mesma proporção de pessoas (6,98%) optou por não assinalar nenhuma das alternativas mencionadas, afirmando que não os consome por falta de interesse e não os achar relevante para a saúde.

Na mesma perspectiva, os alimentos locais e/ou regionais são eleitos para consumo principalmente por serem considerados aqueles que fazem bem para a saúde em 46,51% da amostra. É entendido ainda, por 4,65% das participantes, como alimentos baratos; 2,32% afirmam ser prático de prepará-los e consumi-los, enquanto 16,28% gostam do sabor e por isso os consomem. Todavia, 16,28% declaram não os consumir por serem caros. A alternativa 'outros' foi assinalada por 14% das respondentes. Nesse sentido, entre os motivos de consumo, relatou-se em 6,98% dos casos o aspecto de confiança como a variável principal que influencia a escolha por esses alimentos. O motivo pelo qual o consumo não ocorre em 6,98% das declarações foi considerado pela dificuldade de acesso a esses alimentos.

Nesse sentido, a valorização dos alimentos locais/regionais e orgânicos/agroecológicos, segundo Goodman (2003), evidencia uma mudança nos modelos de consumo de alimentos pautada em um novo entendimento de qualidade que não se baseia somente em fatores objetivos, como certificação e inocuidade, mas também a fatores subjetivos. Explica Brunori (2007) que essa qualidade é regulada pela interação entre as características dos alimentos, dos produtores e dos consumidores constituída, sobretudo, sob a confiança, enraizamento e o lugar da alimentação.

A partir de um cenário globalizado com efeitos negativos gerados pela industrialização da agricultura, ameaças alimentares atreladas as doenças e adulteração de alimentos, consumidores preocupados com a saúde e a segurança alimentar, o local e a imagem de proximidade passam a estar associados à qualidade (ZANETI; SCHNEIDER, 2016). Nesse sentido, nota-se a associação do alimento local e/ou regional com a alternativa

de uma alimentação saudável como forma de preencher as contradições causadas pela produção e comercialização de alimentos agroindustrializados, uma vez que os alimentos locais são entendidos pelas participantes desse estudo como mais saudáveis.

Conforme Portilho, Castañeda e Castro (2011), a crescente dependência do consumidor por alimentos industrializados, também vem assentindo gradativamente um maior número de consumidores a diferentes movimentos alimentares, por exemplo, o consumo de alimentos orgânicos e agroecológicos e os alimentos adquiridos localmente. Tal cenário, atrelado ao que Menasche (2010) compreende ao afirmar que o direcionamento do consumidor para os processos produtivos vem fortalecendo o desenvolvimento de mercados alternativos, como o caso das compras a partir de comercialização direta. Nesse caso, algumas formas de consumo têm colocado os alimentos orgânicos e locais em um contexto diferenciado de confiança.

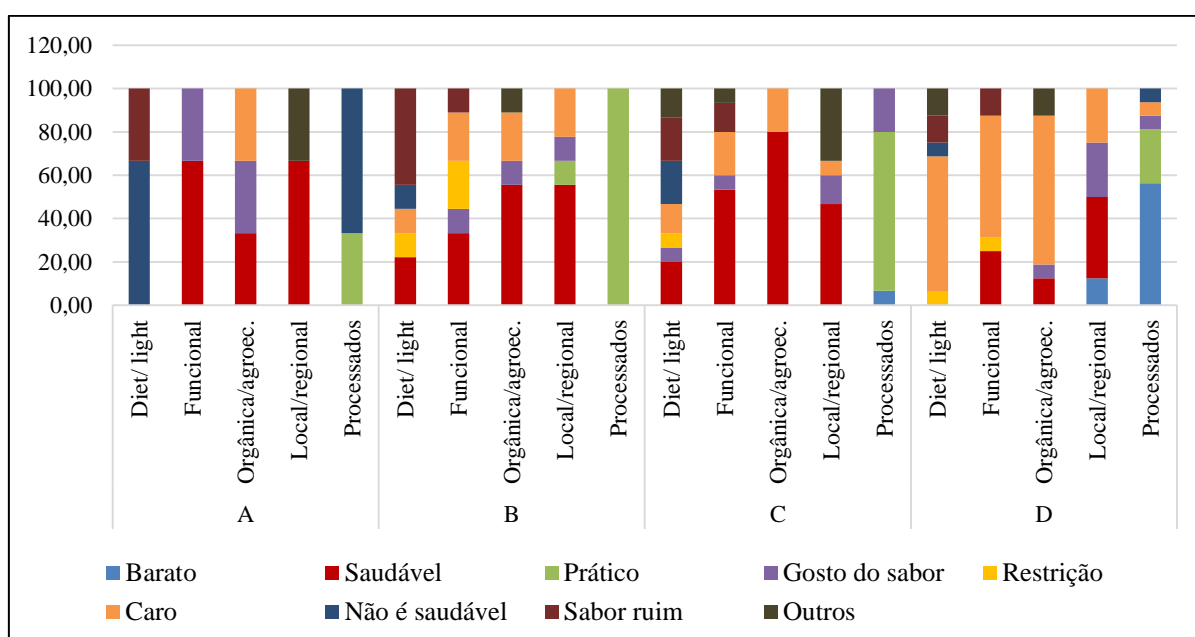
Todavia, os produtos processados são uma alternativa de consumo presente principalmente no sentido de praticidade (58,14%) e menor preço (23,26%). Em relação ao gosto são apontados em menor proporção (9,30%). Os motivos pelos quais as consumidoras afirmam não consumir esses alimentos, em 6,98% dos casos, relaciona-se ao fato de não os considerarem saudáveis e em 2,33% por ser caros. Uma observação nesse sentido, é que em nenhuma das participações se afirmou consumir esses produtos por serem considerados benéficos para a saúde.

Pelo Gráfico 22, é possível observar as variáveis de maior e menor influência no consumo para cada perfil. De modo geral, analisando o Perfil 'A', percebe-se que as motivações no consumo dos alimentos são principalmente no sentido da saudabilidade, tanto no que diz respeito à escolha como a rejeição de certos alimentos. Por exemplo, em 66,67% dos casos comem-se alimentos do tipo funcional por serem tidos como benéficos à saúde, a mesma relação que se constata no consumo de alimentos locais e/ou regionais (66,67%) e para a alimentação orgânica e/ou agroecológica (33,33%). Escolhas a partir do sabor dos alimentos foram constatadas em 33,33% das participantes desse grupo em função dos alimentos funcionais e 33,33% dos alimentos orgânicos e/ou agroecológicos. Por outro viés, 66,67% declarou não consumir alimentos *diet* e *light* por acreditar não serem saudáveis. Pelo mesmo motivo que 66,67% não ingerem produtos processados, sendo este o maior índice de rejeição para esses alimentos em comparação aos demais perfis.

Quanto ao Perfil 'B', além da relação com a saúde notam-se as escolhas de consumo alimentar fortemente associados às tendências de conveniência e praticidade. Em função da saúde, 55,56% das consumidoras escolhem alimentos orgânicos e/ou agroecológicos, pelo

mesmo motivo 55,56% preferem alimentos do tipo local e/ou regional. Todavia, 100% das entrevistadas desse perfil associam os produtos processados às preferências por praticidade. Além disso, os fatores ligados a preço também se apresentam de forma importante, vinculados principalmente aos alimentos *diet* e *light* (11,11%); funcionais (22,22%); orgânicos (22,22%) e locais (22,22%). Os aspectos de sabor foram constatados entre os motivos de não consumo dos alimentos *diet* e *light* em 44,44% dos casos.

Gráfico 22: Principais motivos de consumo ou não de categorias específicas de alimentos por perfis de consumo.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Para as interlocutoras do Perfil 'C', a alimentação é eleita principalmente por preferências que envolvam a possibilidade de hábitos saudáveis, em grande medida pela praticidade, por aspectos vinculados ao preço e à confiança. Nesse sentido, os alimentos *diet* e *light* (20,00%), funcionais (53,33%), orgânicos (80,00%) e locais (46,67) representam opções de consumo mais saudáveis, contrapondo-se aos produtos processados (73,33%) que são preferencialmente eleitos por praticidade. Em relação ao alto custo, as participantes afirmam deixar de consumir também alimentos *diet* e *light* (13,33%), funcionais (20,00%), orgânicos (20,00%) e em menor medida locais (6,67%). Nesse caso, 33,33% das consumidoras disseram consumir alimentação local e/ou regional em função de aspectos motivados pela confiança (identificado na legenda 'outros').

Seguindo o Gráfico 22, as análises das motivações do consumo para o Perfil 'D' também apresentam características associadas aos aspectos da saudabilidade, contudo destaca-se a maior propensão aos fatores vinculados ao preço dos alimentos. Como se observa, 56,25% das consumidoras declara consumir produtos processados em função do baixo custo, enquanto 12,50% prefere os alimentos locais pelo mesmo motivo. Em contrapartida, 62,50% das participantes dizem não consumir alimentos *diet e light* por serem caros, 56,25% não consome os funcionais pela mesma razão, enquanto 68,75% não consomem orgânicos pelo mesmo fator, alto custo.

Nesse sentido, mesmo que nas sociedades urbanas contemporâneas, grande parte dos alimentos sejam adquiridos em prateleiras de supermercados, torna-se importante considerar que, ainda que o consumo seja estabelecido no interior de uma lógica econômica, ele não acontece dissociado de uma ordem simbólica e de valores culturais (WILLE; MENASCHE, 2015). Nesse caso, expresso por escolhas de consumo alternativos, a partir da adesão de alimentos orgânicos, agroecológicos, locais e regionais, que ao mesmo tempo que servem para a manutenção da saúde e amenizam os riscos alimentares, contribuem para a construção de laços sociais entre sujeitos, os aspectos de confiabilidade e as dimensões ecológicas e políticas do consumo.

Analisando os dados apresentados nesta seção, lembra-se Giddens (2002) ao afirmar que o reconhecimento de que a ciência e a tecnologia têm duas vertentes, criam novos parâmetros de risco e perigo ao mesmo tempo em que oferecem possibilidades benéficas para a humanidade. Nesse caso, os motivos que levam os indivíduos a rejeitar certos alimentos são desconsiderados de alguma maneira em função de outros aspectos, nos quais o risco torna-se amenizado. Nesse estudo essa situação é representada pelo fato dos produtos processados serem mais baratos e práticos para consumo ou ainda se supõem que as informações quanto às suas características e ações no organismo são ainda pouco consideradas pelas consumidoras aqui investigadas.

6 HÁBITOS ALIMENTARES E COMPORTAMENTOS À MESA: refeições, conteúdos e sociabilidades

O comer é, assim, uma ação concreta de incorporação tanto de alimentos como de seus significados, permeada por trocas simbólicas, envolvendo uma infinidade de elementos e de associações capazes de expressar e consolidar a posição de um agente social em suas relações cotidianas. (CARVALHO; LUZ, 2011, p. 148).

A partir dessa constatação de Carvalho e Luz (2011) inicia-se esse capítulo a fim de alcançar o terceiro e último objetivo específico desse trabalho, o qual pretende compreender os hábitos e práticas alimentares das consumidoras a partir de suas refeições e dos conteúdos consumidos. Segundo Murrieta (2001), os processos de escolhas alimentares são o resultado da interação entre as estruturas habituais do cotidiano, os ciclos ecológicos dos recursos naturais, a dinâmica político-econômica dos mercados locais e regionais e as representações de classe e preferências individuais. Entretanto, a prática desse processo encontra-se também diante das condições contextuais do momento de tomada de decisão, numa combinação de condições materiais, lógica estrutural e preferências sociais. Acrescentam-se, ainda, as estruturas simbólicas, culturais, históricas e identitárias que conformam as práticas sobre a comida (WARDE, 2016; BARBOSA, 2007; MINTZ, 2001).

Segundo Poulain (2013), em cada sociedade existe um sistema alimentar que corresponde a um conjunto de estruturas tecnológicas e sociais que permitem ao alimento chegar até o consumidor. O espaço do culinário representa um espaço no sentido geográfico (cozinha, onde se realiza a culinária), no sentido social (quando são operadas as divisões sexuais e sociais da cozinha) e de relações estruturais. O espaço dos hábitos alimentares envolve um conjunto de rituais que permeiam o ato alimentar que, por sua vez, ocorre de maneira específica de uma cultura para outra, podendo ainda variar dentro dessa mesma cultura.

Diante disso, a primeira seção do capítulo se refere a uma compreensão dos hábitos e comportamentos alimentares relativos à estrutura das refeições. Primeiramente, se propôs a entender os principais aspectos de influência no tipo de alimentação e nas escolhas alimentares feitas pelas participantes. Após, será analisado o sistema de refeições cotidianas realizadas no domicílio e como essas são interpretadas pelas consumidoras. As variáveis pesquisadas foram: fator de influência nos hábitos alimentares, número de refeições realizadas no domicílio, divisão das refeições, quais são as realizadas coletivamente, representações sobre as refeições tomadas diariamente (café da manhã, almoço e jantar) e atividades realizadas durante a ingesta.

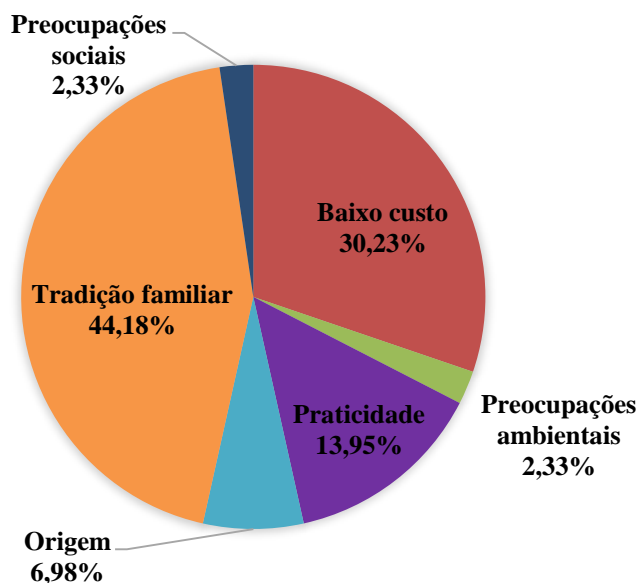
Na segunda seção, buscou-se uma interpretação da seleção dos cardápios no sentido dos conteúdos, em uma perspectiva moderna dos hábitos alimentares e, para isso, procurou-se saber do consumo em termos de lanches, pratos prontos e semiprontos e quais refeições costumam ser realizadas fora do ambiente doméstico. Além disso, analisou-se a percepção das interlocutoras quanto à prática do ‘comer fora’. Nesse caso, os indicadores pesquisados foram: consumo de lanches diversos, frequência de consumo dos lanches, substituição das refeições por lanches, preparo dos alimentos, frequência no consumo de pratos prontos ou semiprontos, realização de refeições fora de casa e frequência, locais em que são realizadas e a percepção das consumidoras a respeito de tais refeições.

6.1 SISTEMA DE REFEIÇÕES: A COMIDA E SUA PRESENÇA NO COTIDIANO

Conforme Canesqui e Garcia (2005), as refeições e suas composições são construções culturais históricas, cujo consumo elucida a interdependência entre o biológico, o social e o cultural. Dessa forma, comer constitui-se em atitudes ligadas aos usos, costumes e situações a partir de formas específicas de manipulação, preparo e consumo. Assim, pretende-se compreender os fatores preponderantes do consumo do alimento e da comida, trazendo à luz alguns elementos de compreensão a respeito dos hábitos alimentares. O Gráfico 23 ilustra os principais aspectos investigados nesse sentido e suas indicações em termos de custo, praticidade, tradição familiar, origem dos alimentos, preocupações ambientais e sociais.

Entre os fatores analisados, a tradição familiar é o de maior relevância para 44,18% da amostra, revelando que a comida possui um aspecto social familiar para a população investigada, o que, por sua vez, influencia diretamente na escolha dos alimentos, na composição dos cardápios e no que é servido rotineiramente no domicílio. Apesar de um crescente panorama de urbanização e modernização dos sistemas alimentares, é possível observar hábitos de consumo atrelados ao resgate da comida vinculada à história, à cultura, ao território e aos sabores e valores atribuídos à alimentação caseira. Como afirma Poulain (2004), entende-se a valorização dos alimentos considerados tradicionais a partir das oposições ao desenvolvimento da industrialização alimentar e aos riscos de diminuição das identidades locais e nacionais. Nesse sentido, lembra Giddens (1997, p. 220) que ‘um universo social de reflexividade expandida é um universo marcado pela redescoberta da tradição tanto quanto da sua dissolução; e pela destruição frequentemente excêntrica daquilo que, durante algum tempo, pareceu serem tendências estabelecidas’.

Gráfico 23: Principais fatores que influenciam nos hábitos alimentares das consumidoras.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Pode-se dizer que as qualificações dos hábitos do comer tradicional, opõem-se àqueles vinculados aos alimentos modernos e industrializados que, como sugere Giddens (1991), não possuem uma história direta com os aspectos temporais e espaciais. Verificaram-se ainda, durante a pesquisa, as práticas culinárias tradicionais atreladas aos discursos do saudável em oposição às industriais, concretizadas nas percepções sobre a alimentação saudável: *'é saudável porque a gente come uma variedade de alimentos, quase não compra industrializados e faz comida caseira'* (Consumidora 16: Pato Branco/PR, 2018). Ou ainda, por meio de explicações como a da Consumidora 34: *'é saudável porque faço refeições caseiras como aprendi com minha mãe'*. Desse modo, o consumo de alimentos, a partir da tradição familiar, vincula-se a fatores intrínsecos aos alimentos que remetem a um pertencimento, a uma memória, a um tempo e a um lugar (MENASCHE, 2010).

No estudo de Barbosa (2007), com consumidores urbanos, também se evidenciam tais perspectivas do comer ao elucidar que os hábitos alimentares no Brasil permanecem vinculados às tradições familiares, principalmente a uma valorização da comida caseira e da gastronomia local. Segundo a autora, apesar do crescimento da alimentação industrializada no País, ela ainda apresenta um consumo concentrado em alguns produtos utilizados em ocasiões de emergência como, por exemplo, a falta de tempo para cozinhar ocasionalmente. Nesse caso, uma das principais críticas em relação a ela é a monotonia do sabor, pelo fato de ter sempre o mesmo gosto.

O baixo custo da alimentação representa um fator igualmente importante em relação àquilo que se come para 30,23% da amostra, o que demonstra que, para as consumidoras investigadas, a disponibilidade de recursos econômicos individuais e/ou familiares é um aspecto importante associado diretamente às escolhas dos alimentos. Nesse caso, os recursos financeiros disponíveis podem interferir diretamente nas decisões da alimentação e no tipo de alimento que será consumido. Tais aspectos se verificam tanto em contextos em que o poder aquisitivo permite maior liberdade de escolha dos alimentos, quanto em níveis mais reduzidos de seleção, acesso e escolhas (PONS, 2005).

Canesqui e Garcia (2005) observam que, apesar do fato de a comida e o ato de comer serem carregados de significados, não quer dizer que os seres humanos não se alimentem por necessidades vitais e, por isso, conforme o meio e a sociedade em que vivem. Isso significa considerar que as escolhas alimentares, bem como a própria construção dos hábitos, se diferenciam também em função da distribuição dos recursos econômicos e sociais da sociedade, dos grupos e das classes de pertencimento. Nas investigações de Lambert (2005), em relação às práticas alimentares na França, evidencia-se como limitantes do consumo a renda das pessoas. Para o autor, os comportamentos alimentares são complexos, incluindo as características individuais, fisiológicas, psicológicas e, sobretudo, econômicas de quem consome, interferindo diretamente no acesso físico e simbólico dos alimentos.

A praticidade no preparo da comida é em 13,95% dos casos considerada nas decisões dos cardápios. As tendências relacionadas à conveniência e praticidade são motivadas principalmente pelo ritmo de vida acelerado nos centros urbanos, bem como por mudanças verificadas na estrutura das famílias, fatores que tendem a estimular a demanda por alimentos que possibilitam a economia de tempo e esforço na preparação e no consumo (BARBOSA, et al., 2010). Além disso, essa prática pode ser estimulada devido a compromissos cotidianos e à distância entre a casa e o local de trabalho, argumento utilizado pela Consumidora 3: *'eu vou sempre pelo mais prático por causa do trabalho'*. Nessa direção, as comensais podem valorizar as refeições prontas, instantâneas, alimentos de fácil preparo, comidas congeladas, caracterizadas como de base industrial.

A origem dos alimentos foi verificada em 6,98% dos casos. Isso demonstra que, de certo modo, o conhecimento da procedência da comida habitualmente consumida não é um fator de grande relevância para as escolhas da alimentação. Diferente da percepção de Wilkinson (2002), Zaneti e Schneider (2016), ao afirmarem que há uma tendência crescente na procura por alimentos locais, especialmente a partir daqueles denominados tradicionais, locais e orgânicos. Contudo, dentre aqueles que consideram esse aspecto, alguns tendem a

valorizar as cadeias curtas de produção e abastecimento de alimentos produzidos local ou regionalmente, como argumentado na seção 5.1, cuja procedência ou processo de produção são conhecidos pelo consumidor. Além disso, considera-se a alimentação que possui certificação, selos de qualidade ou processos como os de indicação geográfica, assegurando os requisitos apresentados na embalagem dos alimentos e promovendo sistemas de produção específicos.

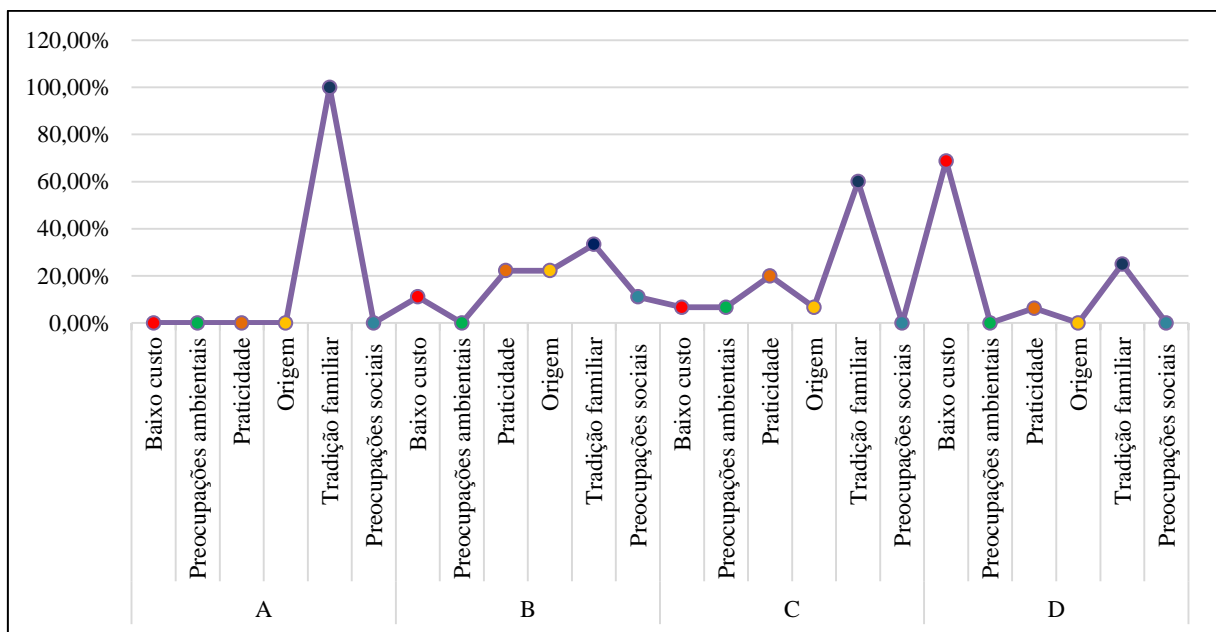
As preocupações ambientais e sociais com a produção e o consumo alimentar representam fatores de menor impacto nas decisões da alimentação, sendo indicadas por apenas 2,33% das consumidoras em ambos os casos. Em relação à causa ambiental, pode-se dizer que não se verificou grandes preocupações em função de fatores que levam em conta a diminuição ou mesmo eliminação do impacto sobre o meio ambiente. Um único exemplo nesse sentido é o da Consumidora 36, que afirmou não consumir carne em função das implicações ambientais da produção e da sua preocupação com os animais. Em relação a isso, Perrota (2017) afirma que o vegetarianismo diz respeito às inquietações com a questão ecológica, tendo em vista, os efeitos negativos que a criação extensiva de gado causa à natureza. Nesse caso, o ato de não comer carne é entendido como uma reivindicação às práticas produtivas que agridem o meio ambiente, procurando minimizar o impacto ambiental sobre o planeta.

As preocupações sociais em relação ao consumo se deram a partir das problemáticas que algumas formas de produção causam na saúde humana. Esse aspecto é evidente na fala da Consumidora 9: *me preocupo com o veneno usado na produção, sei que isso faz mal pro trabalhador, por isso procuro comprar alimentos locais de quem eu conheço. Eu já morei na roça, sei como que é*. Portilho (2009b) afirma que os consumidores engajados em um tipo de alimentação, como a orgânica, agroecológica, vegetariana ou local, acreditam estar defendendo um modo de vida e, mais do que isso, creem na importância de suas escolhas alimentares para a manutenção da saúde física, o bem-estar pessoal e do mundo. É nesse ponto que Portilho, Castañeda e Castro (2011) reconhecem que, uma vez que os indivíduos assumem responsabilidades sobre as consequências ambientais e sociais de suas escolhas cotidianas, a especificidade política da alimentação nas sociedades ultrapassa a esfera institucional para atingir a esfera privada.

Em relação aos perfis de consumo, o Gráfico 24 apresenta as informações dos aspectos de maior e menor influência na alimentação. Verifica-se que, em todos os casos, a tradição familiar é um elemento importante na constituição dos hábitos, principalmente para as consumidoras do Perfil 'A' (100%), sendo indicada por todas as participantes. Os membros

do Perfil 'B' optaram por fatores diversos, incluindo a tradição familiar (33,34%), com os mesmos percentuais a praticidade e a origem (22,22%) e o baixo custo e as preocupações sociais (11,11%). É importante dizer que são esses os perfis de participantes que apresentam a maior disposição em termos de renda, podendo optar por alimentos específicos ou outro tipo de comida de sua preferência. Nesse caso, o alimentar-se e o comer assumem as propriedades de liberdade de escolha, possibilitando a seleção dos alimentos, a preferência do gosto, o prazer, o sabor e o consumo característico em relação à culinária.

Gráfico 24: Principais fatores que influenciam nos hábitos alimentares por perfil de consumo.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

O Perfil 'C' concentrou suas respostas no sentido da tradição familiar em 60% dos casos e 20% em relação às escolhas voltadas aos aspectos de praticidade. O baixo custo, a origem dos alimentos e as preocupações ambientais, todos com o mesmo percentual (6,67%), esse último sendo considerado apenas por esse grupo de consumidoras. Não houve respostas para preocupações sociais, mostrando que, para essas consumidoras, esses aspectos tornam-se menos importantes no momento de escolher os alimentos. Nesse caso, é importante observar que apesar de ser um grupo de consumo que apresenta certas restrições econômicas, suas escolhas ainda permanecem centradas na preservação simbólica do familiar.

Para o Perfil 'D', o baixo custo dos alimentos é o principal aspecto de interferência no tipo de alimentação que o domicílio possui (68,75%). Em seguida, a tradição familiar foi constatada por 25% e os aspectos de praticidade por 6,25%. As preocupações ambientais, a

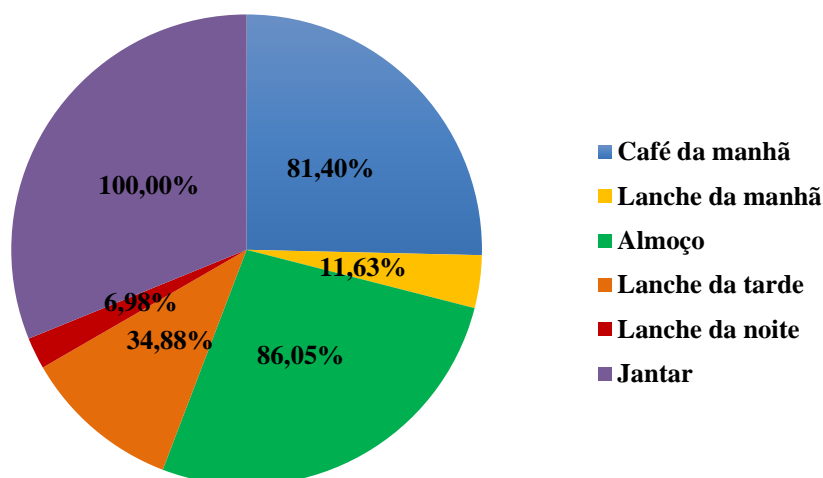
origem dos alimentos e as preocupações sociais com quem produz a alimentação não foram consideradas nesse caso. O que não significa que de fato não existam reflexões a respeito desses fatores, mas considerando a relevância que os aspectos econômicos exercem sobre os membros do grupo supõem-se que podem interferir nas decisões de consumo. Esse é o caso da Consumidora 41 que diz: *'gostaria de ir na feira e comprar alimentos orgânicos, iogurtes, aqueles outros light e cereais, mas não dá, não tem dinheiro'*. Diante disso, observam-se as limitações de acesso aos alimentos em função da renda e do custo dos alimentos.

Segundo Cascudo (2011), as refeições implicam um processo específico e complexo de preparar, servir e consumir os alimentos, o que pode ocorrer tanto no contexto doméstico como ritualizado. Barbosa (2007) compreende que o sistema de refeições no Brasil é subdividido entre: semanal, fim de semana e ritual. O semanal vigora de segunda a sexta-feira na hora do almoço, o de fim de semana inicia-se a partir de sexta-feira e vai até domingo à noite e o ritual vigora em datas específicas coletivas ou individuais. Esses subsistemas diferenciam-se entre si por seus conteúdos, valores e lógicas atribuídos à escolha dos cardápios, a seus significados, ao grau de elaboração da comida e de formalidade à mesa, ao local da ingestão, aos atores sociais envolvidos e ao tipo de sociabilidade que predomina em cada um.

Contudo, conforme Barbosa (2007), embora existam diferenças entre os subsistemas e as refeições entre si, também existem certas características específicas do comer brasileiro. No Brasil as pessoas se alimentam a partir de uma mistura de variados estilos culinários, misturando vários alimentos no mesmo prato. Uma outra característica é a presença, durante a semana, de pelo menos duas refeições quentes ao dia, almoço e jantar, compostas de comidas de 'panela', 'de sal' ou de 'gordura'. Além disso, há uma grande informalidade à mesa e pouca preocupação com a apresentação da comida no prato.

Esse sistema é composto de seis refeições ao dia, são elas: café da manhã, lanche da manhã, almoço, lanche da tarde, jantar e lanche da noite (antiga ceia). Tal sistema é considerado pelas recomendações médicas e nutricionais modernas que afirmam a conveniência de se comer em pequenas quantidades, várias vezes ao dia, tanto para uma boa saúde como para a longevidade (BARBOSA, 2007). Nesse sentido, os resultados obtidos na pesquisa indicam que regularmente o número de refeições realizadas no domicílio é principalmente três e no máximo quatro ao dia. Diariamente 32,56% da amostra afirmou realizar ao menos quatro refeições, dividindo-as entre café da manhã (81,40%), almoço (86,05%), jantar (100%) e lanche da tarde (34,88%). As divisões dessas ingestas são observadas no Gráfico 25, a seguir.

Gráfico 25: Divisão das refeições realizadas nos domicílios.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Do total das participantes, 32,56% realizam três refeições entre café da manhã, almoço e jantar, ficando fora o lanche da tarde. Outros 18,60% disseram fazer ao menos duas refeições entre almoço e jantar, enquanto 6,98% fazem ao menos uma, sendo preferencialmente o jantar. Houve, ainda, 6,98% de consumidoras que realizam até cinco refeições no domicílio entre café da manhã, lanche da manhã (11,63%), almoço, lanche da tarde e jantar. Apenas 2,33% declarou fazer mais de cinco refeições: café da manhã, lanche da manhã, almoço, lanche da tarde, jantar e lanche da noite (6,98%), nesse caso, especialmente quando há a presença de crianças. De modo geral, em todas as situações investigadas, declarou-se realizar ao menos uma refeição no domicílio ao dia.

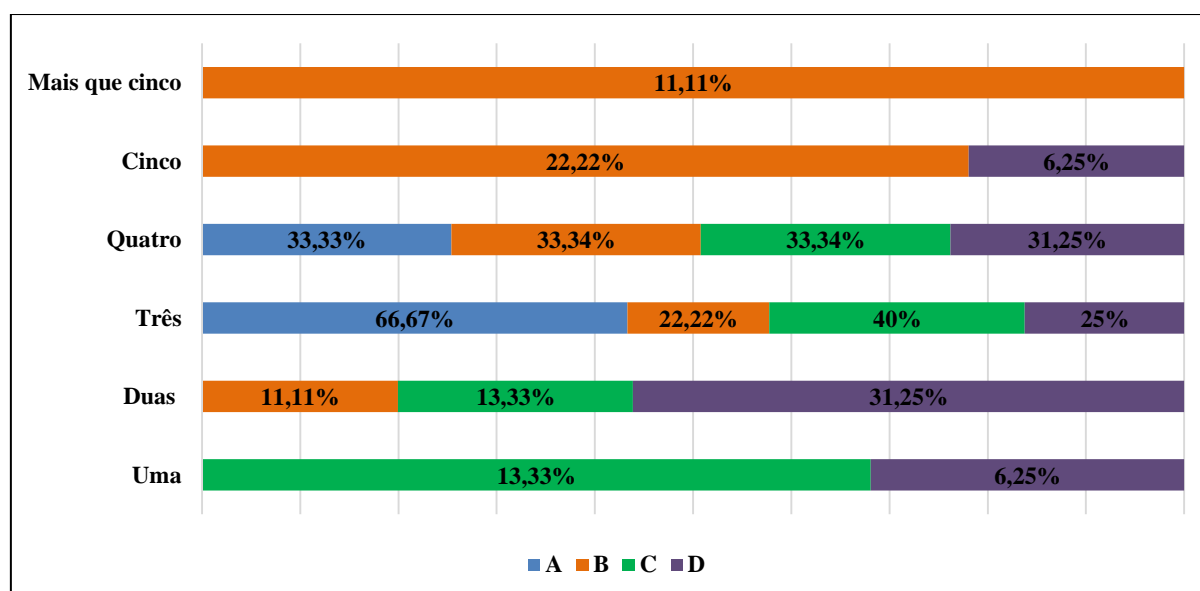
Na pesquisa de Barbosa (2007), o número médio de refeições realizadas pelos brasileiros é de três (44%) a quatro refeições (40%). As mais ingeridas são café da manhã (97%), almoço (96%) e jantar (91%), seguidas do lanche da tarde (49%). Em sua investigação, não houve registros de quaisquer diferenças significativas entre os gêneros, as faixas etárias e os segmentos de renda. Algumas das razões indicadas pelas participantes para a diminuição do número de refeições foram o ritmo da vida moderno dos grandes centros, a distância entre a casa e o trabalho, o tempo disponível para o almoço e a busca por um corpo magro.

É importante enfatizar, nesse caso, que o fato de as pessoas declararem ingerir um número menor de refeições durante o dia não significa que elas não comam de fato. Nesse sentido, observa-se uma certa discrepância entre o que é admitido simbolicamente como refeição e o que efetivamente é praticado. Da mesma forma que se observa, na investigação

de Barbosa (2007), a prática do ‘beliscar’, ‘comer porcarias’, uma ‘besteirinha’ e até mesmo os lanches ingeridos durante o dia não caracterizam, do ponto de vista cultural, o *status* de uma refeição no Brasil. Essas pequenas ingestas ocupam posições hierárquicas inferiores às refeições principais que, nesse estudo, podem ser entendidas como café da manhã, almoço e jantar.

Em termos de perfil de consumo, esses números variam de um segmento econômico a outro. O Gráfico 26, a seguir, apresenta os resultados do número de refeições realizadas ao dia no domicílio, enquanto a Tabela 7 a divisão dessas refeições.

Gráfico 26: Número de refeições realizadas no domicílio por perfil de consumo.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Os membros do Perfil ‘A’ realizam de três (66,67%) a quatro (33,33%) refeições, sendo essas divididas entre café da manhã, almoço e jantar, todas com o mesmo percentual (100%), e em menor grau para o lanche da tarde (33,33%). O Perfil ‘B’ faz preferencialmente quatro refeições (33,34%), seguida de três e cinco (22,22%), mais de cinco e apenas duas (11,11%). Nesse caso, as refeições dividem-se em café da manhã (100%), almoço (88,89%) e jantar (100%). É possível que esses dois grupos de consumo possam se caracterizar a partir de práticas alimentares atreladas a questões de ordem médicas e nutricionais, por estarem preocupados com a saúde e a boa forma física, atendendo às indicações estabelecidas.

Do Perfil ‘C’, 40% indicam realizar três refeições; 33,34%, quatro; 13,33%, duas e uma refeição ao dia no domicílio. O Perfil ‘D’ faz duas e quatro (31,25%), três (25%) e uma (25%) e até cinco refeições (6,25%). Esses perfis são os que concentram os indicadores em

termos de menores números de refeições, de ‘uma’ a ‘duas’ ao dia. Constatação contrária a do estudo de Barbosa (2007), em que não foram apontadas diferenças significativas em relação aos segmentos de renda. Entre as explicações para isso estão as de que algumas pessoas afirmaram realizar refeições em seus locais de trabalho, casa de amigos ou familiares, ou ainda pelo fato de terem de escolher entre uma refeição e outra por falta de alimentos. Nesse caso, o comer pode estar associado à sobrevivência, a fim de satisfazer as necessidades vitais do corpo, atendendo à sensação de saciedade, como expresso pela Consumidora 42: *‘comer bem é comer no almoço e no jantar pra não precisar comer mais durante o dia’*. Assim, entende-se o comer a partir das ligações da alimentação com a saúde, relacionado às preocupações em manter o corpo ativo, mantendo a força de trabalho para não passar por privações alimentares (CHEUNG, BATALHA, LAMBERT, 2013).

Tabela 7: Divisão das refeições segundo o perfil de consumo (%).

Refeições	Perfil ‘A’	Perfil ‘B’	Perfil ‘C’	Perfil ‘D’
Café da manhã	100,00	100,00	86,68	62,50
Lanche da manhã	-	44,44	-	6,25
Almoço	100,00	88,89	73,33	93,75
Lanche da tarde	33,33	44,44	33,33	31,25
Lanche da noite	-	22,22	-	6,25
Jantar	100,00	100,00	100,00	100,00
Nenhuma	-	-	-	-

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

De modo geral, o café da manhã, o almoço e o jantar são as principais refeições para os quatro perfis, sendo o lanche da tarde uma opção, mesmo que em menor proporção. No estudo de Woortmann (1978), com grupos sociais de baixa renda, isso também se constata em relação às três refeições, as quais, às vezes, se acrescenta um lanche ou uma merenda durante à tarde. Na pesquisa de Panigassi et al. (2008), com famílias em situação de insegurança alimentar, os entrevistados relataram fazer as três refeições principais todos os dias, porém o café da manhã em menor proporção (90,60%) em relação ao almoço (96,10%) e ao jantar (92,90%). Esse aspecto também se verifica no contexto desse estudo, ao se constatar que o café da manhã é uma opção reduzida para os segmentos de menor renda, conforme a fala da Consumidora 24, aposentada com um salário mínimo, e da Consumidora 40, igualmente aposentada e dividindo a casa com a filha e a neta:

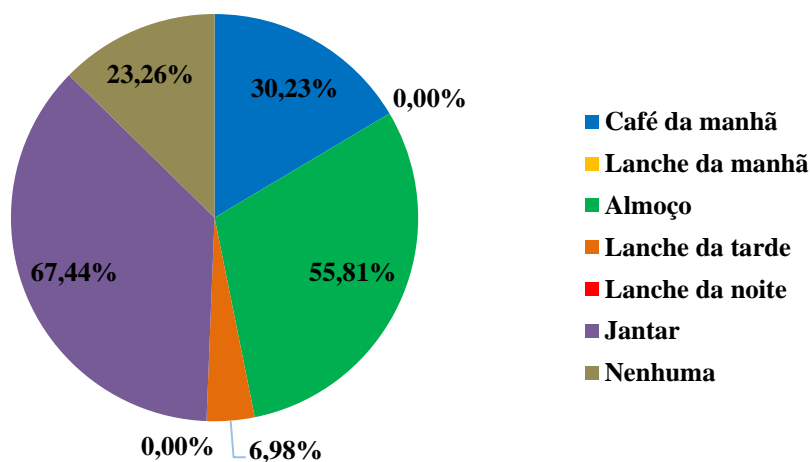
Eu durmo até meio dia pra não precisar tomar café. A gente na verdade, sobrevive da ajuda dos vizinhos e da igreja ali que dá uma cesta básica por mês. Come o que ganha dos outros, se não, passa fome [...]. (Consumidora 24: Pato Branco/PR, 2018).

A gente quase nunca toma café da manhã aqui em casa por que não tem alimento né. Fazer o que, quando tem a gente come. Só a neném que mama. Minha filha recebe o Bolsa Família e eu pego a cesta (proveniente do Centro de Artes e Esporte - CEU) que ajuda. Na cesta vem farinha daí eu faço o pão, mas quando acaba não tem mais. (Consumidora 40: Pato Branco/PR, 2018).

Considerando as narrativas, apesar do café da manhã ser apontado, por pesquisas, como a refeição mais importante do dia, ele é considerado a principal opção de corte na dieta quando em casos de restrição alimentar ou dificuldade de acesso aos alimentos (BARBOSA, 2007). Tal circunstância pode ser explicada pelo fato de essa normalmente ser considerada mais leve, em comparação ao almoço e o jantar, refeições mais substanciais. Além disso, constatou-se, assim como no estudo de Barbosa (2009; 2007), que ele é ingerido de forma bastante desordenada e pode ser tomado em diferentes estágios. Come-se um pedaço de pão, de bolo, um gole de café ou uma fruta ao longo de toda a manhã e, por isso, muitas vezes, pode não ser caracterizado como refeição, mas enquanto lanche.

Buscando entender as refeições e sua repercussão nas sociabilidades, procurou-se saber em quais delas as comensais compartilham a mesa (Gráfico 27). O jantar é apontado como a refeição que está mais relacionada à sociabilidade por 67,44% das consumidoras. O almoço é realizado em conjunto em 55,81% dos domicílios investigados. O café da manhã, em 30,23% dos casos, acontece de forma compartilhada, sendo a refeição menos relacionada à sociabilidade. Esses resultados ratificam os encontrados nos estudos de Barbosa (2009; 2007) em diferentes cidades brasileiras. Além disso, em 23,26% dos lares não se realiza nenhuma refeição coletiva e em apenas 6,98% se faz o lanche da tarde coletivamente.

Gráfico 27: Refeições realizadas coletivamente.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Ao verificar as informações por perfil de consumo (Tabela 8), os dados não apresentam grandes variações em comparação aos resultados gerais da amostra. Grosso modo, o café da manhã, o almoço e o jantar são as refeições mais compartilhadas independentemente da posição socioeconômica do domicílio. Em relação ao café da manhã, o Perfil ‘C’ é o que apresenta a diferença mais significativa dentre os demais, indicando que apenas 13,33% das consumidoras o realizam de forma coletiva com os demais membros do domicílio. O almoço acontece coletivamente mais para os membros dos Perfis ‘A’ e ‘B’ (66,67%) em relação aos Perfis ‘C’ (53,33%) e ‘D’ (50%).

Tabela 8: Refeições realizadas coletivamente segundo o perfil de consumo (%).

Refeições	Perfil ‘A’	Perfil ‘B’	Perfil ‘C’	Perfil ‘D’
Café da manhã	66,67	44,44	13,33	31,25
Lanche da manhã	-	-	-	-
Almoço	66,67	66,67	53,33	50,00
Lanche da tarde	-	-	6,67	12,50
Lanche da noite	-	-	-	-
Jantar	100,00	88,89	53,33%	62,50
Nenhuma	-	11,11	20,00	37,50

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

O jantar, para os quatro perfis de consumo, é a refeição mais significativa em relação à reunião familiar (Perfil ‘A’ 100%, Perfil ‘B’ 88,89%, Perfil ‘D’ 62,50%, Perfil ‘C’ 53,33%). O fato de nenhuma refeição acontecer de forma coletiva no domicílio ocorre para 37,50% das participantes do Perfil ‘D’, 20% para as consumidoras do Perfil ‘C’ e 11,11% para os do Perfil ‘B’. Nesse caso, algumas participantes afirmam morar sozinhas ou realizar parte das refeições em seus locais de trabalho, não coincidindo com os horários dos demais moradores do domicílio. Outras declaram possuir filhos matriculados em creches ou escolas em tempo integral, realizando todas as refeições nesses espaços.

Cabe destacar as perspectivas de Barbosa (2009, 2007) ao dizer que, embora a globalização tenha sido apontada pelo seu papel desagregador, ao estimular a redução do número de refeições em família e a individualização da dieta, na sociedade brasileira as relações ao redor da mesa continuam sendo uma prática importante. Segundo a autora, a teoria da individualização do gosto não se aplica ao Brasil, ao passo que os dados de sua pesquisa sinalizam para a presença de hábitos alimentares compartilhados e socialmente ancorados nos valores sociais da população. Esse estudo colabora para que se compreenda que, em boa parte das refeições, isso ainda acontece e parece exercer uma representação relevante em termos de sociabilidades, como é ilustrado na fala da Consumidora 13: *‘eu gosto da mesa cheia. Quando a gente chama pra comer aparece gente de todo lado’*. Assim, a

comida e o alimento permanecem enquanto um espaço de encontro, de conversa, socialização, de diálogos entre a família, amigos e os demais membros do grupo domiciliar.

Tentando compreender um pouco mais os sentidos, significados e representações empregados à alimentação e ao seu consumo, buscou-se saber o que pensam as interlocutoras a respeito das refeições. Para isso, foram empregadas questões segundo o grau de concordância, considerando apenas as três principais refeições do dia (café da manhã, almoço e jantar). As alternativas de respostas foram: ‘concordo’, ‘não concordo nem discordo’ e ‘discordo’. Nos Quadros 3, 4 e 5 apresentam-se as informações coletadas durante a pesquisa.

No contexto desse estudo, o café da manhã não é caracterizado enquanto uma refeição familiar, embora seja aquela que preferencialmente se busca fazer em casa. Nesse sentido, 88,37% da amostra disse discordar que essa refeição ‘une a família’, enquanto 83,72% prefere tomar café no domicílio. Essa pode ser considerada uma refeição bastante individualizada e, por vezes, desordenada devida às atividades dos membros da família ou do grupo doméstico. Habitualmente, durante sua ingestão pouco se fala e quando isso acontece os assuntos giram em torno das obrigações e das tarefas do dia (BARBOSA, 2009).

Quadro 3: Percepções sobre o café da manhã (%).

Café da manhã	Concordo	Não concordo/ Discordo	Discordo
Mais importante do dia	48,84	0,00	51,16
Une a família	11,63	0,00	88,37
Prefiro tomar fora de casa	16,28	0,00	83,72
Precisa ser uma refeição rápida	25,58	0,00	74,42
É comer lanche	2,33	0,00	97,67
Nunca tomo	18,60	0,00	81,40

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Explica Barbosa (2009; 2007) que essa é a refeição mais estável em termos de cardápio, sendo feitas poucas reivindicações acerca de preferências individuais e variedade por parte das pessoas. Seu *menu* é praticamente o mesmo para a maioria dos brasileiros, constando café preto (85%), leite (73%) e pão francês (76%), independente do segmento de renda, faixa etária ou região do País. No caso investigado, o cardápio parece se aproximar, tendo em vista que 97,67% das consumidoras negam comer lanches durante essa refeição, optando preferencialmente pelo trio café, pão e manteiga ou algum outro doce de fruta para substituir, como se verifica pela Figura 5, do café da manhã da Consumidora 27. Nunca tomar café da manhã é uma alternativa para 18,60% da amostra, significativamente importante ao

fazer uma comparação com a investigação de Barbosa (2007) em que apenas 4% concordam com essa afirmação.

Figura 5: Ilustração da refeição do café da manhã.



Fonte: Pesquisa de campo (2018). Imagem cedida pela Consumidora 27.

Contrariando a pesquisa de Barbosa (2009; 2007), que revelou o café da manhã como a refeição mais importante do dia, nesse estudo ele foi considerado por apenas 48,84% da amostra, sendo aquelas que discordam dessa afirmação em maior número (51,16%). Ele também é entendido enquanto uma refeição que pode ser feita com cautela e tranquilidade pelo maior número de consumidoras (74,42%), que discordam da afirmação de que ele precisa ser tomado de forma rápida. Diferentemente dos grandes centros, caracterizados pela pressa, pela baixa interação social devido à rotina turbulenta dos afazeres. Por conta disso, o café da manhã muitas vezes é tomado na rua, nas lanchonetes, bares ou mesmo no trabalho, o que se apresenta como uma opção reduzida para a maioria das participantes aqui investigadas, sendo que apenas 16,28% disse preferir fazer essa refeição fora de casa.

O almoço foi considerado a refeição mais importante do dia para 69,77% das respondentes, embora 30,23% discordem dessa afirmação (Quadro 4). Segundo Barbosa (2007) essa importância atribuída ao almoço advém da sensação de saciedade e de ‘peso no estômago’ pelo fato de ser entendido como a refeição de maior sustância alimentar. No estudo de Castro e Abdala (2011), com estudantes, professores e funcionários da Universidade

Federal de Uberlândia, esse aspecto é confirmado por 65% dos participantes. O fator central de valoração atribuído ao almoço está associado a uma questão alimentar e nutricional da refeição ligada à correria do dia a dia. Fornecer energia para um dia de trabalho, comer para ter nutrientes e permanecer saudável são fatores que fazem do almoço uma refeição reforçada. Segundo as autoras, essa valorização está atrelada à imersão das pessoas no modo de vida moderno, em que os modos e tempos do comer são reestruturados pela constante atividade, pois nem sempre se encontra tempo para comer.

A valorização do almoço como a principal refeição pode ainda estar relacionada à sociabilidade possibilitada por ela. Do ponto de vista familiar, é entendida como a refeição que mais ‘une a família’ (65,12%), situação que também é identificada por Barbosa (2007) em 48% de seus respondentes, e por Balem et al. (2017) mostrando o almoço como a refeição prioritária para a família realizar junto. Essa propensão do almoço ocorrer em âmbito familiar está atrelada ao fato de que no País a escola não é, em sua grande maioria, em tempo integral, como ocorre em outros países. Além disso, existe uma relação direta com o tamanho das cidades e as distâncias casa-trabalho que possibilitam às pessoas retornarem para suas casas para almoçar (BARBOSA, 2009).

Quadro 4: Percepções sobre o almoço (%).

Almoço	Concordo	Não concordo/ Discordo	Discordo
Mais importante do dia	69,77	0,00	30,23
Une a família	65,12	0,00	34,88
É comer marmitta	4,65	2,33	93,02
Quando a cozinha funciona	79,07	0,00	20,93
Precisa ser uma refeição rápida	20,93	2,33	76,74
Comemos o que sobra do jantar	16,28	0,00	83,72
Nunca almoço	2,33	0,00	97,67

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

O cardápio do almoço está associado às preparações caseiras e habitualmente à comida feita na hora para ser ingerida naquela refeição. Por isso, é entendido como a refeição em que a ‘cozinha funciona’ (79,07%), sendo esse momento em que os pratos costumam ser preparados com alimentos frescos cozidos ou temperados um pouco antes da ingestão. Nos resultados do estudo de Balem et al. (2017), verifica-se que no almoço predominam alimentos relacionados à cultura alimentar, tais como arroz, feijão, massas, carnes, mandioca e saladas. No contexto dessa pesquisa, observa-se igualmente as preferências por esses alimentos, como

na Figura 6, que ilustra o cardápio do almoço preparado pela Consumidora 14, constituído de feijão, macarrão, carne de gado ensopada, brócolis e beterraba.

Figura 6: Ilustração da refeição do almoço.



Fonte: Pesquisa de campo (2018). Imagem cedida pela Consumidora 14.

Nesse caso, 93,02% das pessoas investigadas discordam que o almoço seja sinônimo de marmitta, embora 4,65% concordem e 2,33% não concordem e nem discordem, por esporadicamente consumi-la quando ocorrem imprevistos associados ao trabalho, às viagens ou aos estudos. Os casos que o almoço é a sobra do jantar foi indicado por apenas 16,28% das consumidoras, enquanto 83,72% disse discordar dessa situação, que foi constatada principalmente quando as mulheres trabalham fora de casa e não dispõem de tempo para o cozimento dos alimentos, deixando-os prontos para serem aquecidos no dia seguinte. Provavelmente essas são as mesmas consumidoras que concordam que por falta de tempo o almoço precisa ser uma refeição rápida (20,93%), todavia, a maioria das participantes (76,74%) discordam dessa situação, podendo realizá-la de forma tranquila.

Essa não é a realidade dos grandes centros urbanos, como foi constatado por Barbosa (2009), pois o almoço é tido como uma refeição tumultuada e quase nunca visto como momento de lazer e relaxamento. Explica a autora que a interação social centra-se naquilo que é preciso fazer de imediato, de modo que as atividades da rua invadem a casa de forma impessoal, orientando o ritmo das ações internas. Contudo, à medida que a semana avança, a

sociabilidade tende a aumentar e até mesmo a qualidade da comida. O almoço de final de semana e especialmente o de domingo é aquele para o qual se dedica o maior tempo para preparação e consumo, caracterizando-se pela reunião familiar em torno da mesa. A escolha do cardápio foge do tradicional ‘arroz com feijão’ cotidiano, variando em termos de sabor, satisfação das preferências individuais, dentro de um *menu* que inclui carne assada, maionese, feijoada, massas diversas, dentre outros (BARBOSA, 2007).

Os dados sobre o jantar não o qualificam como a refeição mais importante do dia, 74,42% das participantes discordam dessa afirmação (Quadro 5). O estudo de Castro e Abdala (2011) colabora com esse resultado ao verificar que, apenas em 8% dos relatos, o associam à refeição principal, é entendido com certo descompromisso considerando que sua composição pode variar entre um simples lanche a uma ‘verdadeira janta’. Além disso, o jantar não se caracteriza neste estudo como a refeição que mais reúne a família (55,81%), apesar de ter sido apontado como aquela que habitualmente é realizada de forma coletiva (Gráfico 27).

Destaca Barbosa (2009) que o fato de o jantar doméstico ser simbolicamente representado como o centro da sociabilidade familiar no País, não implica necessariamente um comer em torno da mesa de maneira formal. Embora as pessoas estejam ao mesmo tempo no domicílio não significa que elas comam ao mesmo tempo e no mesmo espaço. É comum que ocorra que cada membro do domicílio faça seu prato, retire a comida diretamente da panela e se sente em lugares diferentes da casa. O jantar pode ocorrer também de forma sequencial, mas havendo companhia, o que configura a existência de uma forma de sociabilidade na qual o afeto predomina. Essa situação pode ser identificada em casos em que, embora um dos membros já tenha jantado, fará companhia ao outro para que não coma sozinho ou para saber a respeito do seu dia.

Quadro 5: Percepções sobre o jantar (%).

Jantar	Concordo	Não concordo/ discordo	Discordo
Mais importante do dia	25,58	0,00	74,42
Une a família	44,19	0,00	55,81
Tenho mais tempo para comer	83,72	0,00	16,28
É a sobra do almoço	58,14	2,33	39,53
Quando a cozinha funciona	30,23	0,00	69,77
É comer lanche	46,51	0,00	53,49
Nunca janto	0,00	0,00	100,00

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

O jantar é a refeição em que as pessoas têm mais tempo para comer em 83,72% dos casos, pois após o jantar normalmente não se tem compromissos com o trabalho, escola ou demais obrigações. O cardápio na maioria dos casos (58,14%) é a repetição do que foi servido no almoço, sendo que 69,77% da amostra não considera o funcionamento da cozinha nessa refeição. Embora todas interlocutoras tenham declarado jantar diariamente, ao contrário do almoço, em que a comida é sustância, no jantar a sensação que se busca é por satisfação a partir de refeições mais leves. Na pesquisa de Barbosa (2009), essa foi a refeição que as pessoas julgaram ser mais leve e por isso, para 82% dos participantes, ela é substituída por um pequeno lanche e/ou prato como salada ou sopa.

Nesse estudo, o jantar é a refeição mais facilmente substituída por lanches por 46,51% das respondentes, que declaram lanchar ao invés de ingerir pratos quentes. O que também é verificado por Castro e Abdala (2011) em 57% das pessoas entrevistadas, para as quais o lanche está presente nas refeições noturnas. Nessa substituição ocorre o típico ato de ‘beliscar’ itens considerados parte de uma dieta ‘natural’ e ‘saudável’, como iogurte, cereais, saladas, sopas ou ainda alimentos associados à cozinha regional ou local, como queijos, salames e polenta sapecada. Os lanches aqui considerados não se tratam unicamente do tipo prontos ou semiprontos, podendo ser pratos preparados em casa como, por exemplo, sanduíches caseiros ou tapiocas, como se visualiza na Figura 7, refeição da Consumidora 12.

Figura 7: Ilustração da refeição jantar.



Fonte: Pesquisa de campo (2018). Imagem cedida pela Consumidora 12.

As discussões sobre as percepções das refeições também foram tratadas considerando individualmente os perfis de consumo. O café da manhã, apesar de não ser considerado a refeição mais importante do dia para o total das participantes, foi assim considerado por 88,89% das consumidoras do Perfil 'B' enquanto as entrevistadas do Perfil 'A' foram aquelas que mais discordam dessa afirmação (66,67%). Em termos de união familiar, o café da manhã não é considerado, de forma significativa, por nenhum dos perfis, apenas por 22,22% das participantes do Perfil 'B'; 13,33% do Perfil 'C' e 6,25% do Perfil 'D'. Nesse caso, constatou-se essa situação principalmente quando existe a presença de crianças, idosos ou aposentados no domicílio compartilhando a primeira refeição do dia em conjunto.

O espaço do café da manhã é, preferencialmente para o Perfil 'A' (100%) o doméstico. Para os demais isso também é verdadeiro, contudo, algumas consumidoras dos grupos 'B' (11,11%), 'C' (26,67%) e 'D' (12,50%) preferem fazê-lo fora de casa devido a compromissos com trabalho e estudos ou pela falta de tempo. Assim, concordam que deva ser uma refeição rápida (Perfis 'B' e 'C', 33,33%; Perfil 'D', 18,75%). Em relação ao cardápio, quase todas parecem discordar do fato de comer lanches. Nunca tomar café da manhã é para 37,50% das consumidoras do Perfil 'D' uma opção, confirmando o que foi comentado anteriormente em relação ao fato de que em contextos com maior restrição no orçamento e, conseqüentemente, de alimentos, essa refeição torna-se a mais sujeita a ser eliminada da dieta. Woortmann (1978) verifica que o café da manhã é a refeição menos importante, e por isso, muito frugal, antecedida por um período prolongado de repouso.

O almoço é a refeição mais importante do dia para os Perfis 'A' (100%) e 'D' (81,25%), em menor grau para o 'C' (66,67%) e 'B' (44,44%). Em termos de união familiar, apresenta-se uma perspectiva próxima para todos os perfis ('A', 'B', e 'C', os três com 66,67% e 'D', 62,50%), sendo considerada a refeição de maior sociabilidade familiar. Assim, independente da condição econômica das pessoas, elas fazem o almoço no espaço doméstico, já que esse é o momento em que a cozinha funciona, principalmente para o Perfil 'A' (100%), seguido do 'B' (88,89%), do 'D' (75%) e do 'C' (73,33%). Além disso, é tida como uma refeição realizada de forma tranquila por ambos os perfis, indiferente das condições sociais e econômicas das consumidoras. Nesse caso, 81,25% das participantes do grupo 'D' discordam de que o almoço precisa ser feito de forma rápida, 77,78% do Perfil 'B', 73,33% do 'C' e 66,67% do 'A'.

A base da alimentação para essa refeição, ao que tudo indica, é a comida caseira e preparada em casa, dificilmente ou quase nunca comprada fora. Nesse sentido, a marmitta é

considerada apenas em casos de emergências por apenas 6,67% das consumidoras do Perfil 'C' e 6,25% do Perfil 'D'. O cardápio do almoço é composto basicamente de comidas preparadas na hora e poucas pessoas concordaram com o fato de requeantar as sobras do jantar. Das que requeantam o jantar para comer no almoço, 33,33% são participantes do Perfil 'A', 18,75% do Perfil 'D', 13,33% do Perfil 'C' e 11,11% do Perfil 'B'.

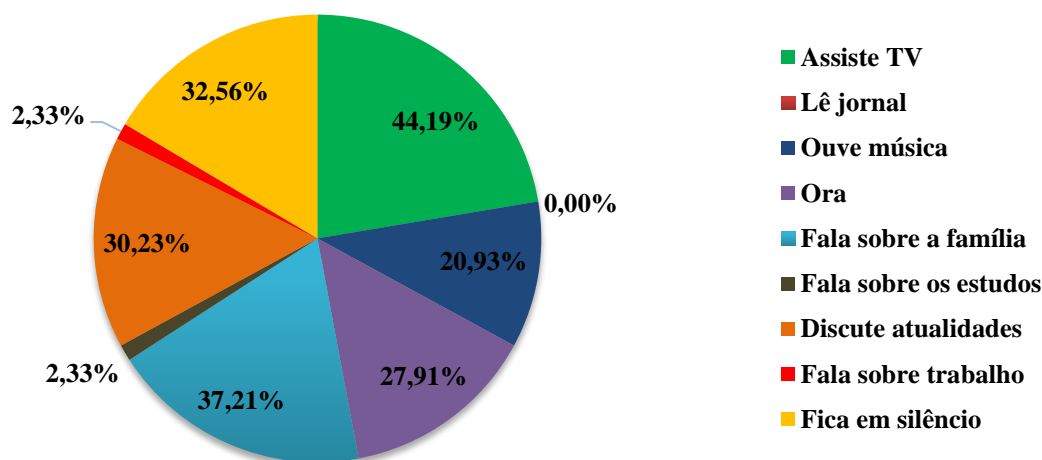
Para nenhum dos grupos de consumo, o jantar é considerado de forma significativa a refeição mais importante do dia. Enquanto refeição que proporciona a união da família, observa-se que essa percepção tende a diminuir em conjunto com a renda domiciliar. Nesse caso, todas as participantes do Perfil 'A' (100%) concordam com a afirmativa de que ele une a família; o Perfil 'B', em 55,56% dos casos; o grupo 'C', em 40% e o 'D', em 31,25%. Por outro lado, o jantar é a refeição em que todos os grupos têm mais tempo disponível para comer (Perfil 'B', 100%; Perfil 'D', 81,25%; Perfil 'C', 80%; Perfil 'A', 66,67%).

Em relação ao conteúdo do jantar, as consumidoras do Perfil 'B' geralmente repetem com maior frequência aquilo que foi consumido no almoço (77,78%), requeantando os alimentos ou ao menos uma parte deles. Nesse caso, o Perfil 'A' é o que menos tende a fazer isso (33,33%), preferindo consumir pratos preparados unicamente para o jantar. Contudo, isso parece ser um aspecto que pode se alterar ao longo dos dias da semana já que a mesma proporção de consumidoras (33,33%) disse 'não concordar nem discordar' dessa afirmação. E, por isso, as respondentes desse perfil, 66,67%, também concordam com o fato de o jantar ser o momento em que a cozinha funciona em casa, enquanto os demais, em menor proporção (Perfil 'C', 33,33%; Perfil 'D', 25% e Perfil 'B', 22,22%).

Aquelas que preferem se alimentar de lanches são principalmente os do Perfil 'C' (66,67%), em menor proporção os do Perfil 'D' (37,50%) e com o mesmo número os Perfis 'A' e 'B' (33,33%). Não jantar não é uma possibilidade para nenhum dos perfis, revelando a importância dessa refeição em relação às demais. Além disso, verifica-se que a crença de que 'o jantar engorda' e, por isso, pode ser retirado do sistema de refeições não se aplica nesse caso. No estudo de Barbosa (2007), 91% dos respondentes ingerem essa refeição e o cardápio é similar ao do almoço, embora se modifique em função das diferenças de renda. Os que menos ingerem a trilogia arroz, feijão e carne são os de maior renda (39,30%), consumidores que apresentam maior preocupação com a saúde e a estética e que possuem condições financeiras de optar por alimentos diferenciados, por outro lado o segmento de menor renda (46,40%) possui menos opções para comer arroz, feijão e carne como para quaisquer outros alimentos.

De acordo com o Guia Alimentar (BRASIL, 2014), há evidências de que as circunstâncias que envolvem o consumo de alimentos, como, por exemplo, comer sozinho, alimentar-se sentado no sofá, estar diante da televisão (TV) ou partilhar uma refeição sentado à mesa, são importantes elementos na indução dos alimentos que serão consumidos e em quais quantidades. Nesse sentido, procurou-se saber as principais atividades realizadas pelas consumidoras no momento das refeições (Gráfico 28). Identificou-se que a principal atividade realizada por elas é, para 44,19% da amostra, assistir televisão. Conforme Barbosa (2007), esse meio de comunicação possui relevância diante do ato de comer, pois se pode constatar que a refeição familiar é mediada por ela em 69% dos casos no Brasil. Sua presença é ainda mais consistente durante o jantar ao fornecer o pano de fundo para as conversas à mesa. Assim, às vezes, a televisão ganha proeminência sobre as conversas; em outras, ela desaparece, e, ainda, em outras circunstâncias, os eventos que estão sendo televisionados são o motivo da conversa.

Gráfico 28: Atividades realizadas durante as refeições.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Na análise de Castro e Abdala (2011), das 38 pessoas entrevistadas apenas 14 não têm o hábito de jantar em frente à TV. Nesse caso, o que mais preocupa às famílias com filhos pequenos é que ela pode atrapalhar a alimentação das crianças, fazendo-as distraírem-se e não comer. Contrariando as críticas que estabelecem que a presença da TV cria um ponto de interferência no encontro familiar, as autoras analisam que as relações sociais estabelecidas a partir dela não chegam a inibir a conversação. Aliás, muitas vezes, as conversas podem partir

de algum tema abordado por ela e iniciar um diálogo entre as pessoas. Do mesmo modo, as declarações do estudo de Barbosa (2007) compreendem que mesmo com a interferência da TV, as pessoas declaram tratar de assuntos da própria família quando se reúnem para as refeições.

Essa circunstância também é verificada no contexto desse estudo, já que 37,21% das pessoas declaram falar de assuntos referentes à família. Segundo Mintz (2001), a alimentação é um importante fator estruturante das relações sociais e de rituais, sendo um dos pilares do grupo familiar. As refeições podem ser entendidas enquanto espaços para conversar sobre a família, saber o que está ocorrendo na vida dos membros do grupo doméstico e reafirmar os laços familiares (BARBOSA, 2007). Simmel (2004) elucida que a alimentação possui um forte papel socializador nas interações sociais, pois, ao mesmo tempo em que as porções que se come são individuais, o ato de comer juntos passa a ideia de comunhão entre as pessoas, constituindo-se de mais do que apenas a ingestão de alimentos.

Ficar em silêncio durante a ingesta é observado em 32,56% dos domicílios. Cascudo (2011) diz que o silêncio nas refeições brasileiras é entendido pela crença de que comer é um ato religioso. Essa percepção pode ser observada através do comentário da Consumidora 28: *'meu pai sempre dizia: a mesa é o mesmo que estar na igreja'* e também pela fala da Consumidora 42 ao afirmar: *'na hora de comer é todo mundo em silêncio, a refeição é um momento sagrado'*. Pelas falas, percebe-se que as refeições silenciosas remetem ao momento do sagrado e também são compreendidas como um espaço de agradecimento a partir da oração. Nesse caso, 27,91% das consumidoras disseram ter o hábito de orar antes de iniciar a ingesta, o que se mostra um achado interessante ao se comparar aos dados de Barbosa (2007), em que apenas 1% diz mediar às refeições a partir da oração. Entre outras coisas, essa situação revela que as consumidoras, aqui pesquisadas, mantêm cotidianamente os ritos aos aspectos e valores religiosos à mesa.

As discussões sobre assuntos da atualidade, notícias e novidades em geral também fazem parte da rotina das atividades realizadas por 30,23% das consumidoras durante as refeições. Além disso, 20,93% dizem ouvir música no rádio enquanto comem e aproveitam para se informar das notícias locais. As conversas a respeito dos estudos (2,33%) e do trabalho (2,33%) surgem em menores proporções. Nas declarações de Barbosa (2007), tais assuntos apareceram com maior importância para 14% dos entrevistados, que falam sobre a escola, e 19% que conversam a respeito do trabalho. Enquanto isso, a leitura de jornais não foi considerada pelas participantes como uma atividade praticada durante as refeições.

Em termos de perfis de consumo, as investigadas do Perfil 'A' não consideram a presença da televisão nas refeições, para o Perfil 'B' sua permanência é mais significativa em 55,56% dos casos; para o Perfil 'D', em 50% e para o 'C', em 40%. Na pesquisa de Castro e Abdala (2011), não se observou diferenças contrastantes a esse respeito, tendo em vista que, em todas as faixas de renda, considerou-se que, em algum momento, o aparelho fosse desligado durante a refeição. Os grupos 'A' (100%), 'C' (46,67%) e 'B' (44,44%) são os que mais tendem a falar a respeito do contexto familiar; o grupo 'D' discute isso em menor grau de importância (12,50%). Nesse caso, pode-se dizer que existe certa relação entre as duas variáveis, considerando que onde a presença da televisão, durante as refeições é maior, há a tendência a diminuir as conversas entre os membros do domicílio (Perfis 'B' e 'D'). Ao contrário do que ocorre quando a televisão permanece desligada, ou pelo menos em menor proporção de tempo, e o diálogo entre as pessoas parece ser incentivado (Perfis 'A' e 'C').

Ouvir música no rádio é um comportamento habitual apenas para os Perfis 'C' (26,67%) e 'D' (31,25%), enquanto o Perfil 'A' e Perfil 'B' não o fazem. A atividade de orar antes de cada refeição apresenta-se para o grupo 'D', em 37,50% dos casos; em seguida para o grupo 'C', em 26,67%; e o grupo 'B', em 22,22%. Nenhuma participante do grupo 'A' possui esse hábito. Falar sobre os estudos e o trabalho é uma característica apenas do Perfil 'B' ainda que em apenas 11,11%, em ambas as situações, não sendo assuntos mencionados pelos demais perfis. As discussões sobre atualidades parecem interessar mais as participantes do Perfil 'A' (66,67%), seguido das consumidoras do Perfil 'D' (31,25%), Perfil 'C' (26,67%) e menos aos do grupo 'B' (22,22%). Ficar em silêncio durante a ingesta atingiu níveis próximos em todos os perfis, o grupo 'A', o 'B' e o 'C', todos com as mesmas proporções (33,33%), enquanto o grupo 'D' (31,25%) apresenta número um pouco menor.

6.2 SELEÇÃO DE CARDÁPIOS, SEUS CONTEÚDOS E O ESPAÇO DE CONSUMO

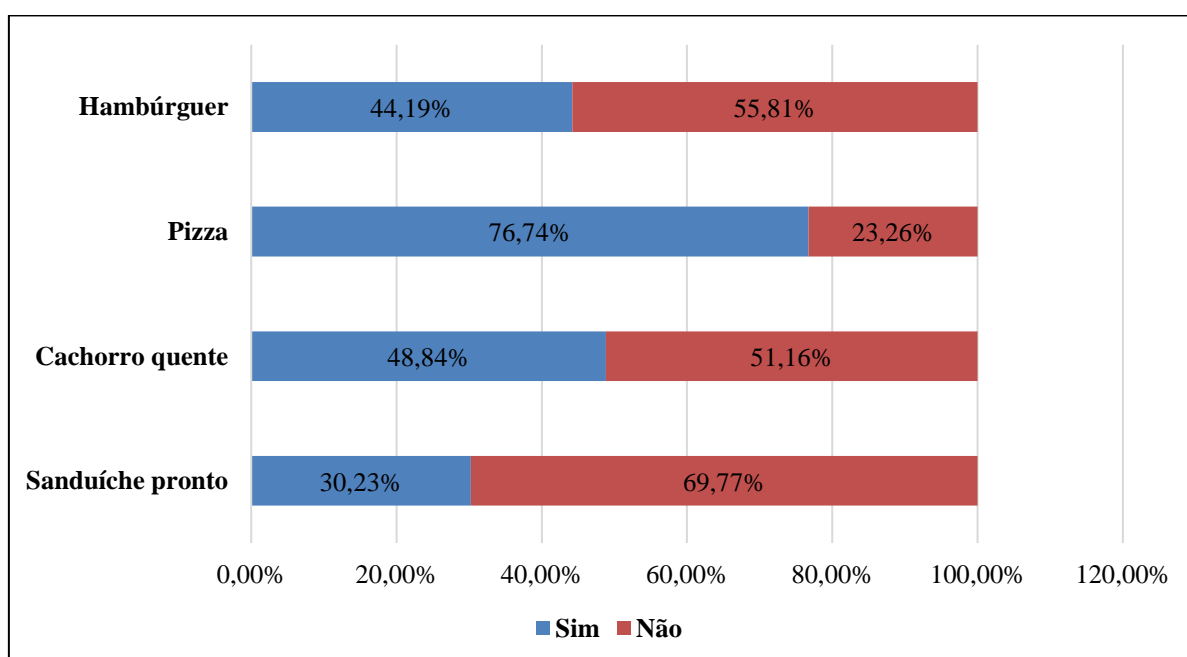
Apoiando-se em Giddens (2002), essa seção analisa a presença de lanches, de pratos prontos e semiprontos e o 'comer fora' enquanto práticas sociais ligadas à modernidade. Segundo o autor, as tradições e os costumes são processos dinâmicos que se adaptam ao tempo e ao espaço, dependendo mais da repetição e da sua continuidade no cotidiano do que propriamente do seu tempo de existência. Tal como denomina Poulain (2004), os alimentos modernos relacionam-se com as mudanças de atitudes, das normas e das práticas de um novo modelo alimentar, apreciado, sobretudo, por sua regularidade e comodidade de uso. Assim, os hábitos alimentares modernos trazem consigo uma forte tendência à valorização do novo, do

moderno e do que ‘vem de fora’. Como aponta Friedmann (1993), essa tendência é marcada pelo ideário da comida global e propagado no imaginário das pessoas através do *marketing* das grandes indústrias alimentícias.

Nesse caso, os lanches de base industriais são compreendidos aqui como parte do imaginário alimentar moderno e, também chamados de merenda, são uma refeição composta por uma pequena porção de alimentos e menos estruturada. Segundo Barbosa (2017), o que mais os caracteriza enquanto uma refeição é a sua mobilidade e conveniência. Ele pode ser feito a caminho do trabalho, no balcão de um bar, em uma lanchonete ou enquanto se trabalha ou estuda. No Brasil, a base do lanche está no consumo de carboidratos, sob a forma de pães, massas de diferentes tipos e salgadinhos.

Dentre os lanches analisados estão os sanduíches prontos ou semiprontos, característicos da indústria do *fast-food*. Trata-se de lanches processados, distribuídos em diferentes cadeias de lanchonetes, como o *McDonald*, *Bob’s* ou *food trucks*, supermercados ou de serviços de entrega. Os lanches do tipo cachorro quente, pizzas e hambúrgueres foram considerados aqueles que são prontos para consumo, geralmente vendidos em barracas de *food trucks*, lanchonetes ou pizzarias, e também os confeccionados no ambiente doméstico através da compra individual dos ingredientes. No Gráfico 29, apresentam-se os dados coletados em relação ao consumo dos diferentes lanches e no Gráfico 30 a sua frequência de consumo no domicílio.

Gráfico 29: Consumo de lanches diversos.

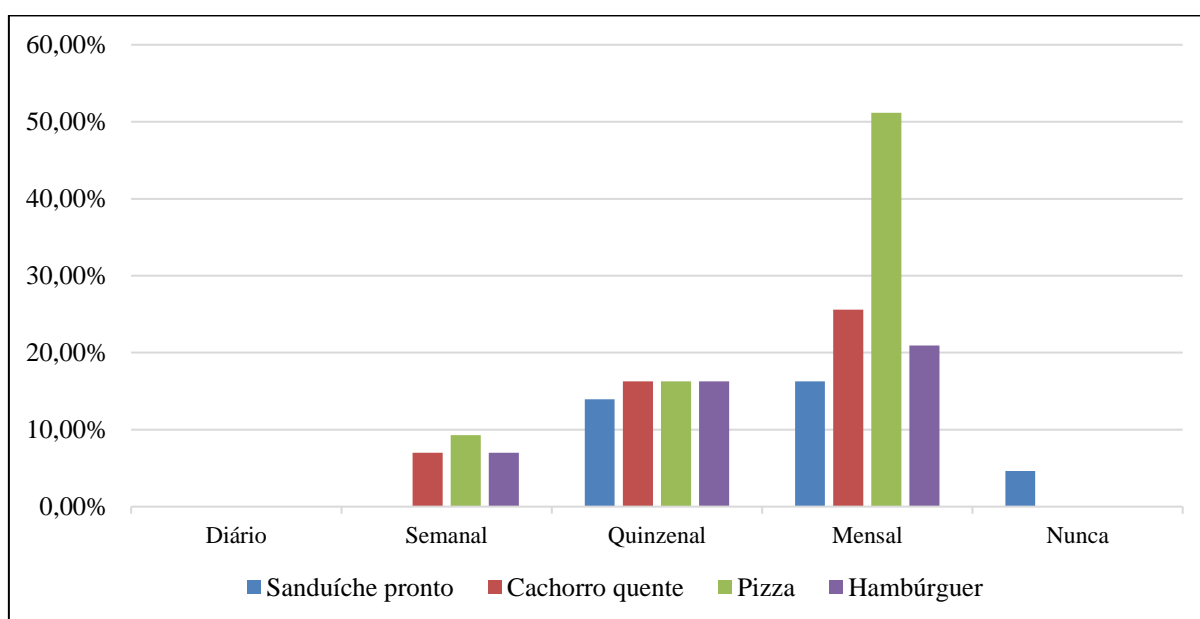


Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Analisando o gráfico, a pizza é o lanche mais consumido por 76,74% da amostra. Sua frequência ocorre principalmente ao menos uma vez ao mês para 51,16% das consumidoras, a cada quinze dias para 16,28% e toda semana para 9,30%. No estudo de Barbosa (2007), a presença da pizza nas refeições também foi constatada por 51% dos participantes que disseram comê-la principalmente nos finais de semana. Essa é uma tendência também observada nesse estudo, já que o consumo dos lanches se mostrou mais propenso a ocorrer durante esse período. De acordo com a autora, 68% das pessoas declarou alterar o cardápio nos fins de semana, confeccionando novas receitas ou consumindo mais lanches, salgadinhos e pizzas.

Em segundo lugar, o cachorro quente é consumido por 48,84% das entrevistadas. Do tipo pronto ou feito em casa, seu consumo acontece em 25,58% dos domicílios de forma mensal, enquanto que para 16,28% das consumidoras é a cada quinze dias e para 6,98% toda a semana. Esse lanche pode estar associado às tendências de praticidade e pelo baixo custo na compra. De acordo com Kothe (2014), dos 20 pontos de venda de comida de rua em Porto Alegre (RS), a mais vendida é o cachorro quente, devido à sua popularidade e ao preço acessível. Além disso, existe a ideia de que esse alimento apresenta baixo risco para a saúde por ter uma preparação que envolve pouco manuseio e ser de consumo imediato. Entretanto, na análise da autora, verificam-se resultados insatisfatórios nas condições higiênico-sanitárias, além disso, constata-se a presença excessiva de coliformes.

Gráfico 30: Frequência no consumo de lanches diversos.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

O hambúrguer, símbolo dos hábitos alimentares rápidos, é uma opção de lanche para 44,19% da amostra que dizem consumi-lo em uma frequência mensal (20,93%), quinzenal (16,28%) e semanal (6,98%). Na pesquisa de Barbosa (2007), essa proporção foi em média a realidade para 38% das pessoas investigadas que normalmente o comem acompanhado de um refrigerante no lanche da tarde ou jantar, especialmente os adolescentes. Nesse caso, pode-se considerar ainda o crescimento do consumo doméstico de hambúrgueres, mostrando que o *fast food* também está presente nos lares brasileiros (BLEIL, 1998).

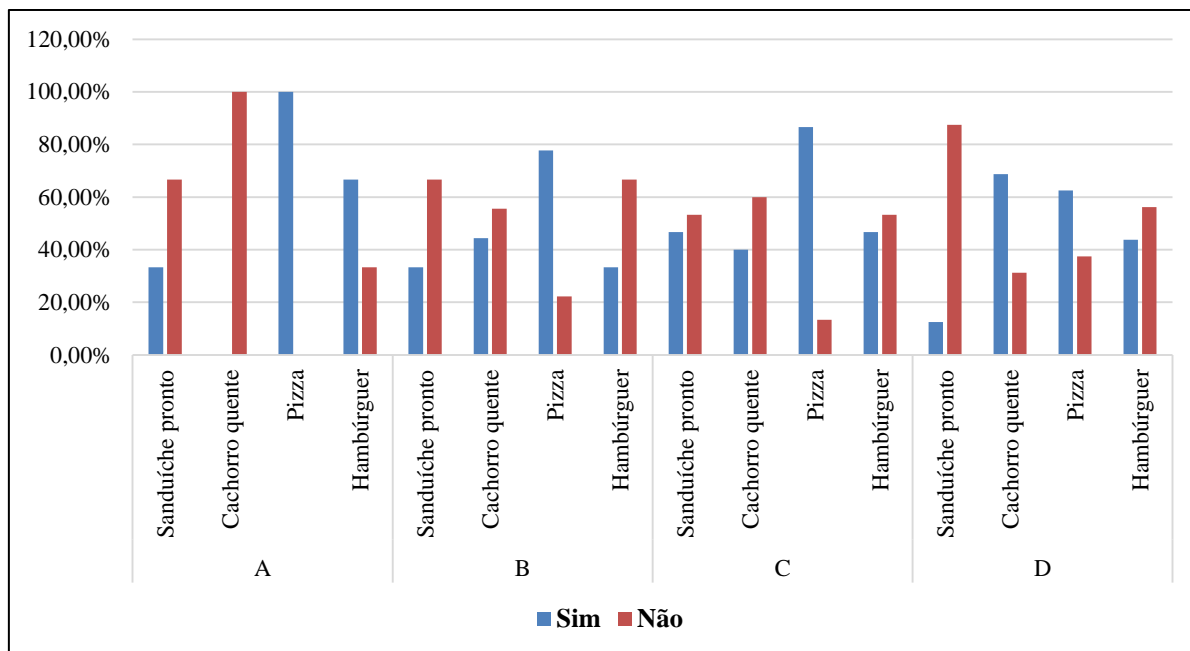
Os sanduíches do tipo prontos ou semiprontos são os lanches mais rejeitados por 69,77% das pesquisadas, conseqüentemente consumido por 30,23% delas. Quando o fazem, sua frequência ocorre preferencialmente uma vez ao mês (16,28%) ou a cada quinze dias (13,95%). A Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2008-2009) registrou que cerca de 41,80% da população consome sanduíches, contudo, sem especificar quais tipos. Sendo assim, esses podem variar entre as categorias de alimentos prontos, semiprontos ou caseiros, feitos em casa a partir da compra individual dos ingredientes, como pão, presunto e queijo. Não se registrou o consumo diário para nenhuma das categorias de lanches, enquanto 4,65% das participantes afirmaram não ter o hábito de consumi-los.

Em relação a cada perfil de consumidora, os dados são apresentados no Gráfico 31. Em termos de lanches, observa-se que os sanduíches prontos ou semiprontos são consumidos principalmente por 46,67% das entrevistadas do Perfil 'C' e uma vez ao mês em 26,67% dos casos. Os Perfis 'A' e 'B' consomem, ambos, na mesma proporção, 33,33%, o grupo 'A' numa constância mensal e o 'B' quinzenal. As consumidoras do Perfil 'D' são as que menos consomem esse tipo de lanche, 12,50% das situações, e quando ocorre é preferencialmente uma vez ao mês (12,50%). Na POF (2008-2009), observa-se que existe uma tendência crescente do consumo de acordo com o aumento da renda das participantes. No contexto desse estudo, constatou-se que essa tendência está atrelada, sobretudo, ao custo desses alimentos bem como a um certo desinteresse por parte das consumidoras, seja por critérios financeiros ou de saudabilidade.

O cachorro quente é o lanche que apresenta a diferença mais significativa ao se observar os perfis pelos dois extremos. Nesse caso, o Perfil 'D' o consome em 68,75% dos casos, sobretudo, uma vez ao mês (43,75%), enquanto que 100% das consumidoras do Perfil 'A' disseram nunca consumir. Os Perfis 'B' (44,44%) e 'C' (40%) apresentam um consumo próximo, sendo a frequência do grupo 'B' principalmente uma vez ao mês (33,33%) e a do grupo 'C' a cada quinze dias (25%). A tendência do consumo de cachorro quente ocorrer mais para os grupos sociais de baixa renda pode estar atrelada ao seu baixo custo e à sua

popularidade. Esse aspecto é verificado por Amorim e Lima (2017), em vans de lanches na cidade de Sant’Ana do Livramento (RS), em que 50% dos entrevistados são trabalhadores de baixa renda que almoçam, lancham e jantam esse tipo de lanche.

Gráfico 31: Consumo de lanches diversos por perfis de consumo.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

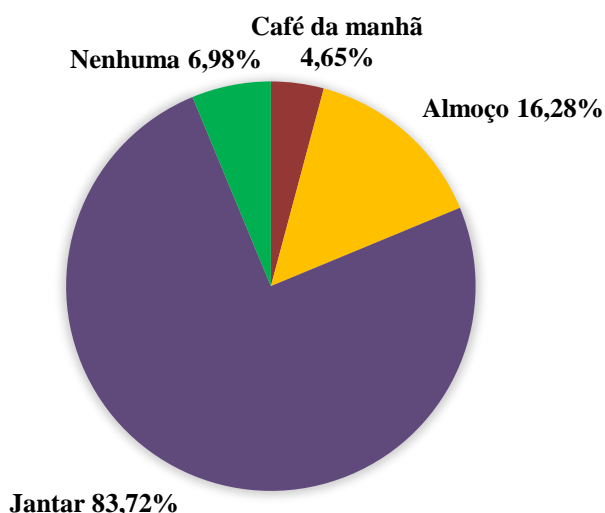
A pizza é o lanche mais aceito por todos os grupos de consumo e em maior proporção em termos de consumidoras. De acordo com a POF (2008-2009), seu consumo tende a aumentar em conformidade com a renda econômica dos domicílios, o que também é verificado nesse estudo. Nesse caso, todos os membros do Perfil ‘A’ (100%) disseram consumi-la, principalmente a cada quinze dias (66,67%). Em seguida, 86,67% do Perfil ‘C’ a comem preferencialmente de forma mensal (60%), seguido por 77,78% do Perfil ‘B’ que a consomem numa constância que varia de quinze a trinta dias (ambas em 33,33%). O grupo que menos consome são os do Perfil ‘D’, em 62,50% dos casos, uma vez ao mês. Nesse último caso, constatou-se o consumo principalmente de pizzas prontas, adquiridas em supermercados, mercadinhos de bairro ou feitas de forma artesanal em casa e consideradas opções mais baratas em comparação a compra em restaurantes ou pizzarias.

Em termos quantitativos, o hambúrguer é consumido por 66,67% das consumidoras do grupo ‘A’, a cada quinze dias e uma vez ao mês (33,33%). Pelo grupo ‘C’, em 46,67% das situações, principalmente de forma mensal (20%). Para 43,75% das participantes do grupo ‘D’, ao menos uma vez ao mês (31,25%); enquanto o Perfil ‘B’ é o que menos consome, em

33,33% dos casos, a cada quinze dias. Ortigoza (2008) diz que o hambúrguer é consumido por todas as classes sociais, o que diferencia o seu consumo de uma classe para outra são suas características. Nesse caso, a população mais privilegiada financeiramente, tende a optar por hambúrguer do tipo artesanal ou *gourmet*, confeccionados a partir de ingredientes mais saudáveis e menos gordurosos. Enquanto as menos favorecidas economicamente se limitam ao custo, optando por aqueles de base industrial, normalmente comprados em supermercados e confeccionados no domicílio.

Buscou-se saber se geralmente esses lanches substituem as principais refeições. Os resultados sobre isso podem ser verificados no Gráfico 32. Nesse caso, é importante mencionar que o Guia Alimentar (BRASIL, 2014) não recomenda que as preparações culinárias das refeições sejam substituídas por lanches do tipo processados. Os ingredientes industriais adicionados aos lanches devem ser consumidos de forma limitada a pequenas quantidades ou como acompanhamento das refeições. Nesse sentido, a pesquisa de Bleil (1998) mostrou que a refeição da noite é a mais propensa a ser substituída por um lanche que tenha no pão o seu principal componente, acompanhado de embutidos e refrigerantes.

Gráfico 32: Substituição das principais refeições por lanches.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

No estudo, verifica-se igualmente que os lanches substituem o jantar em 83,72% dos casos. O mesmo também foi constatado por Barbosa (2007), conforme argumentado na seção anterior (seção 6.1) desse capítulo, especialmente quando se trata das refeições de final de semana. Explica a autora, que se durante a semana cada refeição possui uma importância

específica em relação à outra, no fim de semana algumas são mais importantes do que outras, a exemplo do almoço de domingo, que neutraliza o jantar e o transforma em lanche ou em pequenas porções ingeridas antes de dormir.

Das respondentes, 16,28% declaram que um lanche pode substituir o almoço, o que é um indicador considerável quando se compara à investigação de Barbosa (2007), em que apenas 4% concordaram com essa afirmação. Nesse estudo, foi constatado que, principalmente em situações que se diferenciam das habituais, não foi possível cozinhar devido a um compromisso ou uma emergência ou em casos em que a responsável pelo preparo da comida, nesse caso comumente a mulher, decide dar-se uma folga do trabalho de cozinhar. Tal fato foi verificado nos dias da semana e principalmente aos sábados, não acontecendo aos domingos, dia em que se dedica maior tempo para a elaboração do almoço em família.

Em relação ao café da manhã, 4,65% da amostra afirmou que uma vez ou outra substitui o cotidiano pão com café e leite por algum tipo de lanche. Geralmente, isso tende a ocorrer quando existe a sobra de um lanche feito no jantar, como pizza, por exemplo, que é requentada para ser consumida no dia seguinte. Contudo, essa situação não é considerada habitual segundo as interlocutoras, pois para 6,98% delas não houve registro da substituição de qualquer uma das refeições por lanches, não sendo consumidos ou apenas sendo consumidos em horários que diferem das refeições principais, como no lanche da manhã, após o café da manhã, no lanche da tarde após o almoço ou ainda no lanche da noite, após o jantar.

A substituição das principais refeições do dia por lanches também foi verificada em termos de perfis de consumo. O consumo de lanches no café da manhã ocorre apenas para o Perfil 'B' em 11,11% das situações e para os do Perfil 'C' em 6,67%. Para os grupos 'A' e 'D', essa substituição não acontece, indicando a preferência por alimentos considerados mais habituais à dieta brasileira. A substituição do almoço por lanches ocorre principalmente para 26,67% das participantes do Perfil 'C', seguindo-se do grupo 'D' em 12,50% dos casos e para o Perfil 'B' em 11,11%. As consumidoras do Perfil 'A' disseram nunca trocar o almoço composto por pratos quentes e caseiros por lanches, o que pode ser explicado pelo fato das participantes possuírem mais tempo para cozinhar, sendo uma delas dona de casa e as demais servidoras públicas que iniciam o trabalho apenas na parte da tarde.

Em relação ao Perfil 'A', quando ocorre o consumo de lanches, eles substituem preferencialmente o jantar em todos os casos investigados (100%) e é apenas nessa ocasião que a presença de lanches é verificada. O Perfil 'C', com 86,67% das consumidoras; o Perfil 'D', com 81,25%; e o Perfil 'B', com 46,67% das participantes, afirmam comer lanches no

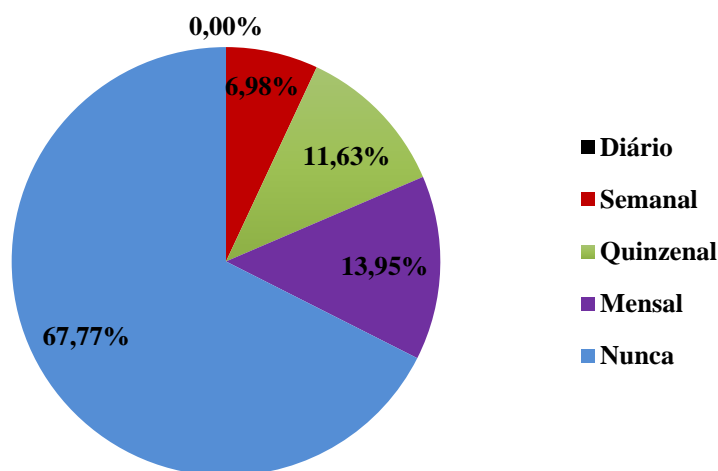
jantar ao invés de pratos caseiros preparados na hora ou requeimados do almoço. Das consumidoras investigadas do Perfil 'D', 12,50% afirmam nunca substituir as refeições principais por lanches, enquanto 11,11% das participantes do grupo 'B' concordam com essa afirmativa.

De modo geral, considerando todos os grupos de consumo, os lanches não parecem estar no cardápio habitual doméstico da amostra investigada. Normalmente são utilizados em momentos de lazer, de sociabilidade, como forma de reunir a família ou quando o tempo para cozinhar é restrito, seja por compromissos ou ainda quando se dispensa a obrigação de preparar os alimentos. Um aspecto importante observado por Balem et al. (2017), nesse sentido, é o consumo de lanches atrelado ao fator da idade. Na pesquisa dos autores, os consumidores de faixas etárias acima de 51 anos possuem como regra a realização de refeições (café da manhã, almoço e jantar) bem definidas, sem considerar a substituição de nenhuma delas por lanches rápidos. Esse caso também pode ser pensado no presente estudo, já que a maior parte da amostra se caracteriza por consumidoras com mais de 40 anos.

No rol dos alimentos modernos, verifica-se a ascensão dos pratos prontos e semiprontos. Segundo Lambert et al. (2005), as tendências para as preparações alimentares a partir de alimentos para serem cozidos e preparados estão diminuídas na sociedade contemporânea. No estudo dos autores na França, os consumidores declaram preferir alimentos prontos ou pré-prontos para consumo por exigir pouca dedicação no seu preparo. Esses pratos são de base industrial, normalmente congelados, enlatados ou instantâneos, alguns exemplos são: lasanhas, macarrão de pote, tortas, escondidinhos de carne, misturas pré-preparadas para sopas, caldos entre outros. Vale lembrar ainda que esses produtos se incluem nas categorias de processados e ultraprocessados, os quais o Guia Alimentar recomenda o consumo restrito, devendo ser utilizados apenas como complemento das refeições ou preferencialmente não serem consumidos (BRASIL, 2014).

O Gráfico 33 representa a frequência no consumo desse tipo de alimentação. Nesse caso, os lanches anteriormente citados não foram considerados. A utilização de pratos prontos ou semiprontos segundo a amostra é consideravelmente pequena, tendo em vista que 67,77% das consumidoras afirmam nunca consumir esse tipo de alimentação, enquanto 32,56% disseram consumir.

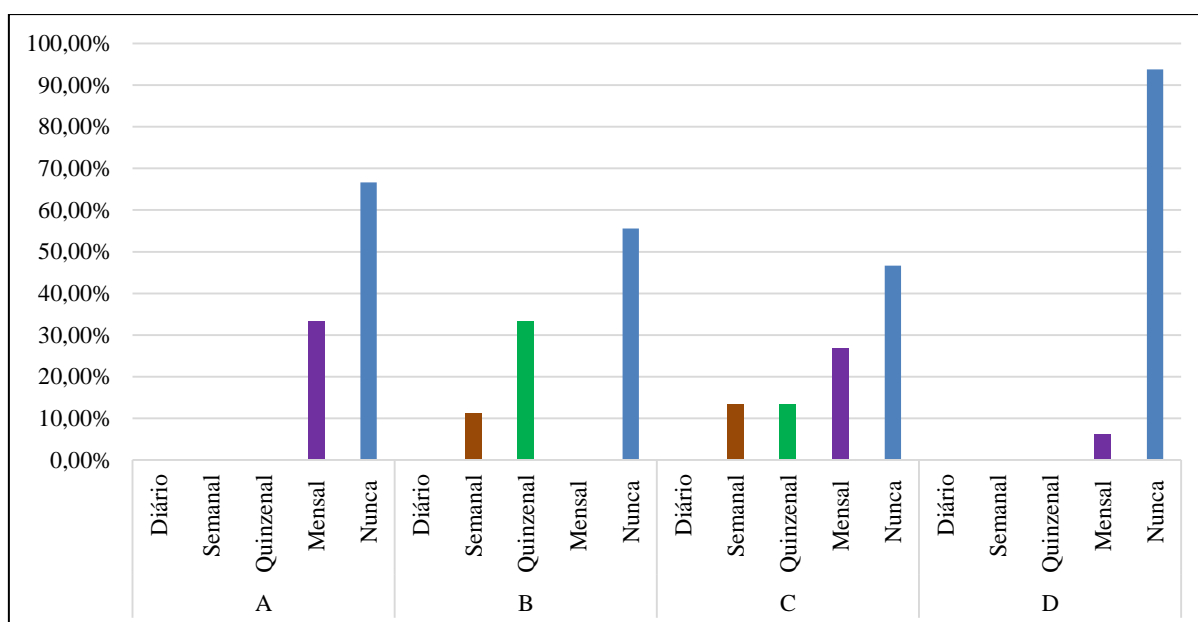
Gráfico 33: Frequência no consumo de pratos prontos ou semiprontos.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Das consumidoras que disseram utilizar pratos prontos ou semiprontos em alguma refeição do dia, sua frequência ocorre principalmente de forma mensal em 13,95%, a cada quinze dias em 11,63% e toda semana para 6,98% dos domicílios. O consumo diário não foi constatado para nenhuma das situações, diferente da pesquisa de Lambert et al. (2005) que indicou a preferência rotineira dos consumidores por esses alimentos. Nesse sentido, verifica-se que as interlocutoras aqui investigadas não possuem o hábito constante de ingerir tais alimentos, preferindo cozinhar sua própria comida ao invés de comprá-la pronta para o consumo.

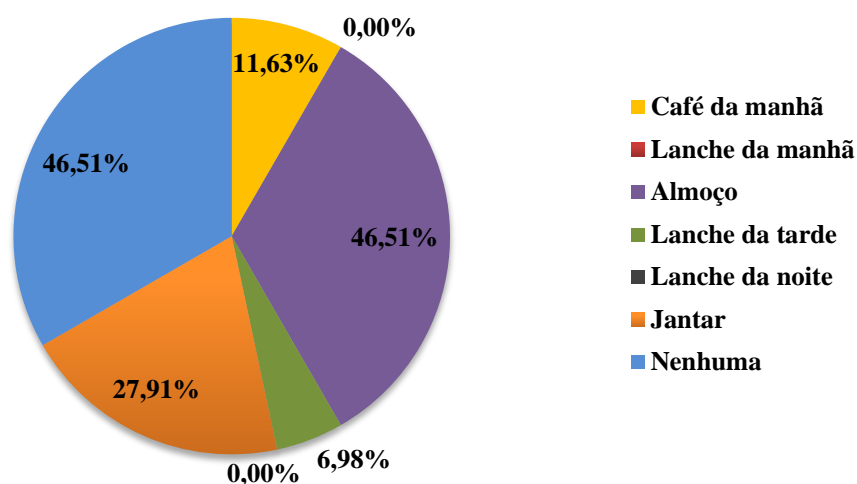
Pelo Gráfico 34, acompanham-se os resultados em relação a cada perfil de consumo. O Perfil 'C' é o que mais consome esse tipo de comida em 53,33% dos casos; de forma mensal, por 26,67% das consumidoras; a cada quinze dias e toda a semana igualmente por 13,33%; as que disseram nunca consumir são 46,67% das respondentes. Em seguida aparece o Perfil 'B' com 44,44% das participantes, que os consomem a cada quinze dias (33,33%); ao menos uma vez na semana (11,11%), enquanto 55,56% disseram nunca os consumir. As consumidoras do Perfil 'A' disseram não ter o hábito de consumir esses produtos em 66,67% das situações e 33,33% os consomem em uma frequência mensal. As do Perfil 'D' nunca consomem esses pratos em 93,75% dos casos. Apenas 6,25% das participantes desse grupo afirmam consumi-los e quando isso ocorre é numa frequência mensal.

Gráfico 34: Frequência no consumo de pratos prontos ou semiprontos por perfis de consumo.

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

De modo geral, no contexto desse estudo, pode-se dizer que as tendências no consumo desse tipo de produtos ocorrem tanto para os perfis socioeconômicos de maior renda (Perfil 'B') quanto para os de menor poder aquisitivo (Perfis 'C'). Na pesquisa de Trindade e Perez (2012), o consumo de produtos prontos ou semiprontos foi verificado principalmente entre as famílias de alta e média renda, mostrando-se mais propenso a ocorrer por critérios de conveniência e praticidade. Em relação às famílias de baixa renda não houve registros consideráveis que manifestem adesão a essa tendência. Nesse sentido, corroboram Lambert et al. (2005) que o aumento da renda econômica e as mudanças associadas aos modos de vida, tendem a diminuir o consumo de itens de subsistência e aumentar a demanda por alimentos prontos, bem como as refeições realizadas fora de casa.

As abordagens relacionadas à modernidade alimentar enfocam, entre outras coisas, as mudanças no comportamento dos consumidores em relação ao local de realização das refeições. De acordo com o IBGE (2008), a definição sobre o fenômeno 'comer fora de casa' considera os alimentos comprados e/ou consumidos fora do domicílio, mesmo que isso tenha ocorrido na casa de parentes e/ou amigos. Nesse sentido, o serviço de *delivery* e o uso da 'marmitta' não se encaixam como modalidades do 'comer fora'. Pelo Gráfico 35, ilustram-se as principais refeições realizadas para além do espaço doméstico.

Gráfico 35: Refeições realizadas fora do ambiente doméstico.

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

O almoço é a principal refeição realizada fora do ambiente doméstico para 46,51% da amostra. Sua frequência é principalmente mensal para 23,26% das consumidoras, quinzenal para 11,63%, semanal para 6,98%, e diária apenas para 2,33%. A pesquisa de Barbosa (2009) e Sanches (2007) também identificou que essa é a refeição mais ingerida fora do espaço doméstico, principalmente por motivos relacionados ao trabalho e aos estudos. Em seguida, o jantar é a refeição de preferência das participantes em 27,91% dos casos. Sua frequência é preferencialmente, uma vez ao mês, para 20,93% das entrevistadas, enquanto que 6,98% a cada quinze dias e 2,33% ao menos uma vez na semana. Leal (2010) e Barbosa (2007) comentam que, em geral, essa é uma refeição que, como o café da manhã, preferencialmente é consumida em casa. Nesse sentido, constatou-se que o jantar, quando realizado fora do ambiente, doméstico tende a ocorrer mais como forma de lazer do que propriamente por necessidade.

O café da manhã ocorre fora do domicílio para 11,63% das pessoas investigadas. Para 6,98% isso acontece de forma mensal, enquanto que para 4,65%, semanal. Nessa situação, constataram-se participantes que habitualmente realizam essa refeição no trabalho e nos seus locais de estudo. Para Barbosa (2009), mesmo em um contexto crescente de urbanização no Brasil, o café da manhã continua sendo a refeição que menos se toma fora de casa. Para aquelas que preferem tomá-la fora, os principais locais são bares e lanchonetes (38,20%), trabalho e refeitórios da empresa (31%), restaurante a quilo (25%), restaurante à la carte (15,80%), casa de amigos e familiares (14,50%) e redes de *fast food* (6,60%).

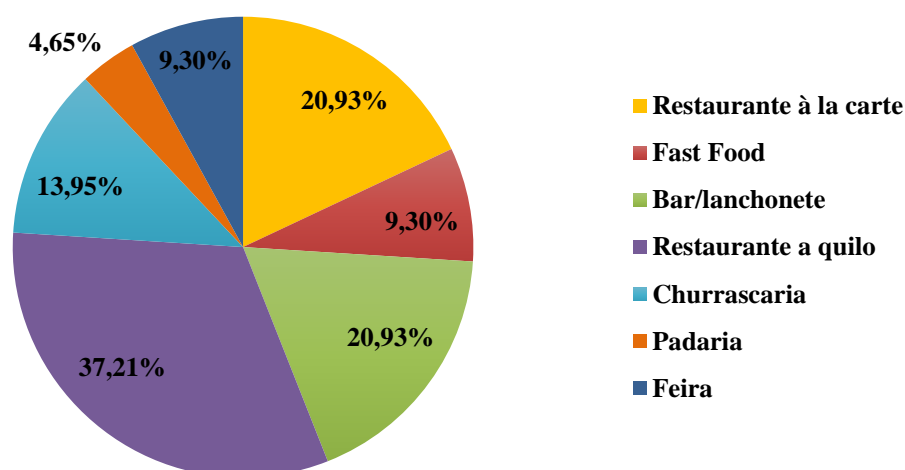
O lanche da tarde é realizado por 6,98% das consumidoras e cuja frequência semanal, quinzenal e mensal apresenta o mesmo número (2,33%). Comparando com a pesquisa de Sanches (2007), após o almoço, a segunda refeição realizada com maior frequência fora do espaço doméstico é o lanche da tarde para 17,60% dos participantes de quatro a sete vezes por semana. Essa possibilidade de maior consumo dos lanches fora de casa pode estar atrelada ao fato de que vários estabelecimentos ofertam alimentos rápidos e de menor custo. Em relação aos lanches da manhã e da noite, eles não foram apontados como refeições que se realizam fora do domicílio. Ainda, do total da amostra, 46,51% prefere não realizar nenhuma refeição fora do espaço doméstico.

No estudo comparativo de Schubert e Schneider (2018) entre Brasil, Reino Unido e Espanha, verifica-se que o comer fora surge tanto como uma prática atrelada a ‘obrigação’, aos indivíduos que comem fora todos os dias em razão de fatores como trabalho e estudo, quanto uma prática que denota ‘prazer’, quando ocorre em momentos eventuais na casa de amigos, familiares e restaurantes. É nesse sentido que 74,42% da amostra concorda que realizar refeições fora de casa é uma forma de sair da rotina e, principalmente, um descanso do trabalho de cozinhar (81,40%). De modo geral, comer fora para as consumidoras está atrelado à busca pelo ‘prazer’, ao universo do lazer, da sociabilidade, das datas festivas e dos momentos de descontração. Além disso, 67,44% das participantes acreditam que essa é uma prática que serve para reunir a família, confirmando o fato de que a comida é um mecanismo social compartilhado e carregado pela sociabilidade (CARNEIRO, 2005).

Entretanto, essa é uma prática considerada de alto custo por 88,37% das consumidoras, sendo este o elemento de maior influência nas decisões a respeito do comer fora. Outro aspecto interessante, é que mais da metade da amostra, 58,14%, disse não confiar na alimentação que é preparada fora do espaço doméstico, mesmo que ainda a façam. Nesse caso, pode-se recorrer a Giddens (2002) ao lembrar que, muitas vezes, a confiança na vida moderna se mistura à aceitação pragmática, como uma espécie de barganha de esforços que o indivíduo faz com as instituições modernas. Nesse caso, as atitudes de ceticismo em relação aos sistemas abstratos podem coexistir com uma crença não questionada em outros. Por exemplo, mesmo que uma pessoa tente evitar consumir alimentos fora do espaço doméstico por falta de confiança no preparo da comida, em algum momento ou situação, poderá fazê-lo por necessidade, sendo difícil escapar de todos os impactos dos sistemas peritos. Pois, conforme o autor, viver em uma ‘sociedade de risco’ significa viver com uma atitude calculista em relação às possibilidades com as quais se é continuamente confrontado.

Entre os três principais estabelecimentos em que as refeições são realizadas, os restaurantes a quilo são a preferência para 37,21% da amostra, seguido de restaurantes à la carte e bares e lanchonetes, ambos, eleitos por 20,93% das consumidoras. Em menores proporções, as churrascarias aparecem como uma opção para 13,95% das participantes, as feiras locais, em 9,30% dos casos, principalmente como uma opção para a ingestão do café da manhã; e as lanchonetes do tipo *fast food* para 9,30% das entrevistadas. Enquanto isso, as padarias são a opção para apenas 4,65% das consumidoras que dizem frequentá-las preferencialmente para o café da manhã e lanche da tarde. As informações a esse respeito são visualizadas no Gráfico 36.

Gráfico 36: Principais estabelecimentos comerciais em que se realizam as refeições.



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

De acordo com Leal (2010), o restaurante é uma das instituições alimentares mais difundidas no mundo. Ele surgiu como uma solução para a existência de mercados e feiras que obrigavam artesãos e camponeses a permanecerem fora de seus domicílios por um longo período de tempo, tendo, portanto, que se alimentar, além disso ele proporciona também o estabelecimento de relações sociais, de amizade ou de negócios. Segundo a autora, um dos tipos de restaurante mais procurado no Brasil é o *self service* (ou restaurante a quilo) por razões como o baixo preço e a praticidade, mostrando-se uma forma rápida de almoçar e ainda dispor de uma variedade de alimentos. Nesse caso, o consumo pode ser ‘por quilo’, quando a pessoa serve-se, pesa a quantidade de comida e paga um valor proporcional, ou come à vontade e paga um valor fixo.

Barbosa (2007) concorda que no País os restaurantes mais frequentados são os a quilo e as lanchonetes, os quais reproduzem a lógica do sistema alimentar do brasileiro de modo rápido e eficiente. Conforme a autora, o que torna esse tipo de restaurante uma opção interessante do ponto de vista sociológico é que ele permite uma expressão do gosto individual em que cada um pode servir-se a seu gosto, por meio de combinações, como *sushi*, *sashimi* e feijão com arroz, por exemplo. Dessa forma, ao mesmo tempo em que altera o cardápio doméstico as refeições são feitas sobre uma base tradicional. Por outro lado, nos restaurantes à la carte, as consumidoras, após estarem acomodadas às suas mesas, escolhem por meio da consulta a um cardápio os alimentos que serão preparados e servidos. Contudo, normalmente esses locais se caracterizam por terem preços mais elevados quando comparados a outros restaurantes.

A respeito dos grupos de consumo, o Perfil 'A' é o que apresenta as maiores tendências a se alimentar fora. Todas as participantes desse grupo (100%) afirmam jantar fora, numa escala mensal (66,66%) e semanal (33,33%). Em relação ao almoço, realizam-no em 66,67% dos casos, a cada quinze dias e ao menos uma vez ao mês (33,33%). O lanche da tarde é a refeição feita fora de casa mensalmente por 33,33% das consumidoras desse grupo. Do Perfil 'B', 55,56% das participantes tendem a realizar principalmente o almoço fora de casa, o que ocorre para 33,34% de forma mensal; e de modo quinzenal ou semanal para 11,11%. Jantar fora é uma opção para os membros desse grupo ao menos uma vez ao mês (33,33%). O café da manhã fora de casa acontece para 22,22% dessas consumidoras de forma mensal. Enquanto isso, 11,11% dessas consumidoras disseram não realizar nenhuma refeição fora do espaço doméstico.

Para o Perfil 'C', o almoço fora ocorre para 60% das consumidoras, numa frequência que varia entre quinze dias e uma vez ao mês (20%), toda semana (13,33%) e diária (6,67%). O jantar é a segunda refeição mais realizada fora do espaço doméstico em 33,33% dos casos, a cada quinze dias e mensal (13,33%) e semanal (6,67%). O café da manhã é tomado fora de casa por 20%, dos quais 13,33% toda semana e 6,67% uma vez ao mês. O lanche da tarde é realizado por 13,34% dessas consumidoras, sendo para 6,67% toda semana e também para 6,67% a cada quinze dias. Do total das participantes desse grupo 40% disseram nunca realizar refeições em estabelecimentos comerciais. No Perfil 'D', encontram-se as consumidoras que menos consomem alimentos fora do espaço doméstico. Nesse caso, 75% disseram nunca comer fora de casa. Das que comem, o almoço é a refeição preferencial para 25% e para 6,25% o jantar, ambos numa frequência mensal.

Pelo estudo de Schubert e Schneider (2018), fica claro que os gastos com alimentação fora de casa estão intrinsecamente relacionados à renda. Nos três países investigados pelos autores (Brasil, Reino Unido e Espanha), verifica-se que quanto maior o estrato de renda, maiores são os gastos com alimentação fora do ambiente doméstico, nos estratos mais elevados esse índice chega a 50% dos gastos totais com alimentação. Esse aspecto também é evidenciado por Leal (2010) quando verifica que os grupos sociais com rendimentos mais elevados destinam a maior parcela (36,25%) de suas despesas à alimentação fora de casa. Em situação contrária, identificou-se que as integrantes com rendimentos mensais menores, destinam a menor parte (11,84%) da despesa com esse tipo de alimentação.

Comer fora para essas consumidoras significa, sobretudo, uma forma de fugir da rotina, principalmente para o Perfil 'A' (100%) e o Perfil 'B' (100%), uma proporção menor em relação ao Perfil 'C' (73,33%) e o Perfil 'D' (56,25%). Esses dados revelam que as refeições fora de casa são vistas mais enquanto um lazer do que uma obrigação por todos os perfis de consumo. Se alimentar fora de casa serve ainda enquanto um descanso do trabalho de cozinhar, especialmente para as mulheres, que destinam a maior parte do seu tempo a essa tarefa do que os homens (Perfis 'A' e 'B', 100%; Perfil 'C', 86,67%; Perfil 'D', 62,50%).

Fazer refeições fora de casa como forma de reunir a família ocorre mais frequentemente para o Perfil 'A' (100%) e Perfil 'C' (80%) em comparação ao grupo 'B' (66,67%) e grupo 'D' (68,75%). O entendimento a respeito do custo dessas refeições serem mais caras é uma percepção compartilhada por todas as consumidoras, em maior escala os do Perfil 'A' (100%), Perfil 'B' 88,89% e em menor para os Perfis 'D' (87,50%) e 'C' (86,67%). Sobre os aspectos de confiabilidade, as consumidoras do Perfil 'B' (77,78%) são as que menos confiam nas preparações feitas fora de casa, seguidos dos Perfis 'A' e 'C' (66,67%). Em contrapartida, o Perfil 'D' (56,25%) é o que mais afirma confiar na comida preparada em estabelecimentos comerciais.

Entre os locais frequentados pelo Perfil 'A' estão os restaurantes do tipo *à la carte* (100%), a quilo (100%), churrascarias (66,67%) e lanchonetes do tipo *fast food* (33,33%). As consumidoras do Perfil 'B' são as que frequentam locais mais variados para se alimentar, como restaurantes a quilo (55,56%), *à la carte* (44,44%), bares e lanchonetes (33,33%), churrascarias, padarias e feiras locais (22,22% cada). Pode-se dizer que, em termos de proporção, essas são as consumidoras que mais frequentam locais com *menus* com faixa de preço elevada, como os restaurantes *à la carte* e as churrascarias, por exemplo. Sanches (2007) constata isso em seu estudo ao considerar que os níveis de renda dos consumidores interferem nos seus locais de consumo. Aqueles que declaram renda familiar superior a 20 salários

mínimos revelaram almoçar mais em restaurantes do tipo *à la carte* que os consumidores de menor faixa de renda. Esse último grupo acaba decidindo-se por frequentar barracas e/ou carrinhos de rua em função do preço da alimentação.

Menasche, Alvarez e Collaço (2012), entretanto, reconhecem que na contemporaneidade comer fora de casa tornou-se um hábito comum entre as camadas sociais urbanas, que não só passaram a frequentar mais vezes restaurantes, como também deixaram de preparar seus alimentos em casa para fazer uso de serviços de entrega ou de alimentos prontos. Essas práticas se devem mais em função da urbanização das grandes cidades do que por outros fatores. Nesse caso, o Perfil 'C', quando se alimenta fora, tende a optar por locais, como restaurante a quilo (33,33%), bares e lanchonetes (33,33%), *fast food* (20%), restaurantes *à la carte* e feiras (13,33%) e churrascarias (6,67%) em menores proporções. Para as consumidoras do Perfil 'D', os estabelecimentos comerciais tornam-se mais restritos, ficando entre os restaurantes a quilo (18,75%), bares e lanchonetes (6,25%) e churrascarias (6,25%).

Analisando os dois últimos grupos de consumo citados a cima, os restaurantes a quilo e bares e lanchonetes representam as preferências dessas consumidoras. Esses locais comerciais oferecem opções alimentares de baixo custo, nos quais se paga exatamente aquilo que se consome e que ainda permitem, de maneira rápida e com preços equivalentes aos de lanches, que o consumidor faça uma refeição completa. Segundo Sanches (2007), na sua pesquisa fica evidente que a escolha por esses estabelecimentos para se alimentar deve-se ao fator econômico, bem como à disponibilidade de tempo e à preocupação com a saúde.

De modo geral, ao analisar o consumo e sua frequência fora do espaço doméstico, é possível afirmar que as tendências estão mais voltadas à sociabilidade e à quebra da rotina do que de fato a uma necessidade. Esse aspecto pode ser considerado principalmente ao se identificar que o Município no qual se realizou a investigação é de médio porte, possibilitando mais facilmente a mobilidade das consumidoras até o domicílio para realizar suas refeições. Além disso, essa condição também pode estar atrelada ao baixo consumo de lanches, de pratos prontos e semiprontos que, de modo geral, não apresentam um consumo frequente pelas consumidoras, que passam a ter maiores condições de preparar os alimentos, o que foi confirmado pelas participantes ao serem questionadas a respeito do preparo da comida. De forma unânime (100%), todas indicaram comprar os ingredientes de suas refeições para prepará-las em casa. Ou seja, compram-se os alimentos *in natura*, minimamente processados ou processados e se confecciona os pratos no ambiente doméstico e os consome a partir de refeições caseiras.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa se propôs a analisar os hábitos alimentares e construir perfis de consumidoras, do Município de Pato Branco – PR, em um contexto de modernização crescente das sociedades e das tendências contemporâneas em torno da alimentação. Desse modo, o olhar sobre a alimentação e seu consumo, ao qual se toma parte, são compreendidos para além da sua materialidade e dimensão fisiológica, mas enquanto elementos conectados a outras dimensões da vida social e aos processos de desenvolvimento, sobretudo, humano. Diante disso, quando a comida surge em cena apresentam-se também as possibilidades de se compreender processos socioeconômicos, modos de vida, ideias, representações, simbolismos e imaginários de consumidoras e consumidores, bem como as transformações ou permanências pelas quais seus hábitos e as práticas do comer têm passado nos últimos anos.

No primeiro objetivo específico, ao qual se propôs construir perfis socioeconômicos de consumidoras compreendendo os gastos destinados à alimentação domiciliar, entre os principais achados da pesquisa, está o fato de propor como critério a participação da pessoa responsável pela compra, seleção e preparo da comida, resultando em uma amostra composta basicamente por mulheres. Isso significa que apesar das transformações ocorridas ao longo do processo modernizante das sociedades, a relação da alimentação com a variável ‘gênero’ recai consideravelmente a um conjunto de tarefas femininas, independentemente da situação socioeconômica domiciliar. Enquanto mães, esposas, avós e donas de casa, às mulheres competem gerenciar a alimentação da família, sendo elas protagonistas das decisões e conflitos que envolvem o alimento, a comida e as refeições.

A partir dos perfis, pôde-se também entender a comida como um elemento familiar e preparada exclusivamente pelos moradores que habitam o domicílio, condição verificada em todos os quatro perfis. O fato da diarista não exercer nenhuma função sobre a preparação, a seleção, a escolha e a compra dos alimentos, evidencia, simbolicamente, as representações da alimentação familiar a partir das relações com o privado e com as pessoas que ali vivem.

A variável ‘renda’ é um elemento importante quando se trata do consumo de alimentos, possibilitando aos indivíduos destinar maiores ou menores recursos financeiros à alimentação. Por um lado, pode proporcionar uma diversidade de alimentos no prato, do mesmo modo que reduzir ou impossibilitar o acesso quando se torna restrita. Nesse estudo, ao observar os perfis de consumo entende-se que aqueles com maior poder aquisitivo, Perfis ‘A’ e ‘B’, apresentam maior liberdade de escolha dos alimentos que pretendem consumir, podendo decidir sobre suas preferências, locais de compra, frequência de consumo e até

mesmo acesso a uma maior diversidade. Enquanto isso, os membros dos grupos de menor renda, Perfis ‘C’ e ‘D’, apresentam certa vulnerabilidade social no sentido de contenção de gastos, o que pode resultar em dificuldade de acesso aos alimentos, restrição a dietas específicas, a locais de consumo, ou ainda, encontrar-se em situações de insegurança alimentar por falta de alimentos para as refeições.

Como segundo objetivo específico, verificou-se que os grupos de alimentos que compõem os hábitos alimentares das consumidoras são basicamente ‘pães e cereais’, ‘leguminosas e feijões’, ‘leite e queijos’, ‘carne e ovos’ e ‘açúcares’, nos quais registram-se o consumo principalmente de feijão, arroz, pão, carne bovina e alimentos açucarados. De modo geral, são esses alimentos que predominantemente estão presentes no cotidiano das refeições, adquiridos em diferentes canais de comercialização como supermercados, feiras locais e compra direta de agricultoras e agricultores. O consumo diário de frutas, legumes e verduras é consideravelmente significativo ao ser comparado aos dados nacionais que indicam que menos de 10% da população atinge as recomendações necessárias (IBGE, 2010). Nesse caso, é importante mencionar o papel relevante das hortas urbanas, cultivadas ao redor dos quintais, auxiliando na manutenção diária das refeições, especialmente no que se refere a frutas, legumes, verduras, temperos, ervas e chás.

Em relação às tendências no consumo de categorias específicas de alimentos, ambos os perfis, associaram a ingestão de produtos alimentícios processados à uma ideia de desconfiança e ao risco que eles podem causar a saúde. Apesar disso, são habitualmente consumidos pelo maior número de participantes que os compram em redes de supermercados. Nesse sentido, observa-se uma certa desconexão entre o discurso e a prática exercida pelas interlocutoras que afirmam que esses se constituem em alguns produtos utilizados nas preparações ou durante as refeições caseiras, sendo uma alternativa no sentido de praticidade, conveniência e baixo custo, principalmente para as consumidoras de menor renda econômica.

O terceiro e último objetivo específico possibilitou compreender os hábitos alimentares a partir das refeições, seus conteúdos e locais de consumo. Majoritariamente as consumidoras compram seus alimentos *in natura*, minimamente processados ou processados e confeccionam os pratos culinários para consumi-los no ambiente doméstico. A ingestão de lanches e de comidas prontas ou semiprontas é feita apenas em momentos de rituais como reuniões familiares, encontros entre amigos, nos fins de semana ou quando não se quer ou não se pode cozinhar em função de outros compromissos. Quando ocorre o consumo desses alimentos, a expressão ‘correria do dia a dia’ surge como a principal justificativa,

demonstrando o impacto da vida moderna acelerada nos hábitos alimentares das consumidoras investigadas.

Em relação aos locais das ingestas, as participantes predominantemente preferem alimentar-se no ambiente doméstico compartilhando da comida à mesa. Nesse sentido, as refeições ao redor da mesa, especialmente o jantar, representam uma prática importante enquanto espaço de encontro da família, das conversas, da troca de informações e dos diálogos que contribuem para a sociabilidade dos membros do grupo familiar/domiciliar. Além disso, as refeições caseiras, a partir do espaço privado, caracteriza-se por oferecer uma alimentação mais saudável, atrelada às memórias, à família, às tradições e aos saberes e sabores que a comida feita em casa proporciona.

Nesse contexto, o ‘comer fora’ significa uma possibilidade de unir a família, de sair da rotina e um descanso do trabalho de cozinhar, sobretudo, para as consumidoras de maior renda econômica que, por sua vez, dispõe de maior liberdade de escolha ao optar pelos locais de consumo. Nesse caso, o ato de fazer refeições fora do espaço doméstico não é necessariamente uma obrigação, mas um lazer que se realiza em conjunto com a família e os amigos em momentos eventuais. Torna-se importante ressaltar, nesse sentido, que o fato de praticamente todas as ingestas serem feitas no ambiente doméstico também se deve ao considerar que o Município ao qual se realizou a investigação é de médio porte, possibilitando mais facilmente a mobilidade das consumidoras para fazer suas refeições em casa, prepará-las com maior disponibilidade de tempo e, até mesmo adquirir os ingredientes frescos de agricultores familiares das imediações rurais.

Diante disso, foi possível responder ao questionamento inicial da pesquisa sobre quais os hábitos alimentares e perfis de consumidoras existem no Município de Pato Branco – PR? De modo geral, a alimentação é valorizada por sua origem caseira, natural e pelos aspectos de confiabilidade conferido aos alimentos. No contexto desse estudo, pode-se dizer que os hábitos alimentares das interlocutoras estão fortemente atrelados às tradições familiares e a uma conservação da cultura alimentar nas preferências culinárias, a partir de escolhas influenciadas principalmente por alimentos vinculados a uma história, a gastronomia local e aos valores atribuídos a comida caseira e familiar. Isso pode ser expresso também a partir da compra de alimentos diretamente dos agricultores e das propriedades rurais que, ao mesmo tempo, em que servem para a manutenção da saúde, amenizam os riscos alimentares e contribuem para assegurar aquilo que se come.

Esse olhar permitiu também compreender o segundo questionamento da pesquisa: a modernização reflexiva altera hábitos alimentares de consumo de alimentos? De maneira

geral, pode-se dizer que o consumo contemporâneo de alimentos e as práticas relacionadas a ele a partir da alimentação, apresentam-se como elementos de observação de um processo social que está em mudança, mas que, no entanto, também se encontra em permanente recriação a partir de hábitos, práticas e costumes que se voltam às tradições. Isso é possível ser observado quando entre os diferentes perfis socioeconômicos de consumo há estratégias e decisões amparadas por reflexões que reconhecem o caráter contraditório dos sistemas alimentares modernos e seus impactos negativos para a saúde humana e o meio ambiente, mesmo que esse último seja relatado com menos preocupação pelas participantes. Como afirmado por Giddens a modernidade reflexiva conduz as pessoas a uma maior autonomia ao utilizar-se da auto reflexividade para guiar suas ações cotidianas diante das escolhas, das compras e do abastecimento alimentar doméstico.

Esse aspecto fica evidente ao se constatar que mesmo quando não há disponibilidade de tempo para se cozinhar e preparar as refeições, encontram-se alternativas para desviar-se do consumo ou ao menos minimizar a ingestão de produtos processados, comidas prontas, semiprontas e lanches industrializados. Seja no preparo antecipado dos alimentos para posteriormente serem consumidos nas refeições; através do cultivo das hortas que também servem como uma alternativa econômica, contribuindo para o autoconsumo das famílias; ou por meio dos alimentos adquiridos em cadeias curtas de abastecimento, próximos no tempo e no espaço, essas podem ser entendidas enquanto estratégias apoiadas pela reflexividade que se faz como forma de resistência às lógicas do sistema alimentar dominante.

Nesse sentido, a escolha teórica fundamentada nas teorias de Giddens, contribuíram para uma reflexão crítica acerca do consumo de alimentos. O conceito de modernização reflexiva permitiu entender que o consumo não é uma simples manifestação de preferências individuais, assim como o consumidor de alimentos não é apenas um ator passivo e manipulado pelas estratégias de *marketing* elaborada pelas grandes indústrias na esfera produtiva. Algumas das consumidoras, abordadas nesse estudo, podem ser consideradas atores sociais reflexivos, uma vez que, ao confrontar os alimentos produzidos a partir de técnicas modernas sob as quais se sabe muito pouco das origens e seus conteúdos, buscam alternativas a eles, reforçando seus mecanismos de confiança ao mesmo tempo em que sustentam seus imaginários, suas crenças e seus entendimentos sobre a alimentação saudável e de qualidade.

A partir da noção de risco abordada por Giddens, compreende-se que as problemáticas da alimentação moderna se estendem a diferentes cenários do cotidiano alimentar contemporâneo, levando as consumidoras a aumentar suas preocupações em torno

do consumo de alimentos. Dessa forma, a modernização reflexiva, possibilitou que os assuntos da alimentação passassem a estar relacionados a uma maior consciência acerca das questões que perpassam tanto as esferas da produção, distribuição e comercialização, quanto dos locais de aquisição e preparo da comida.

Na atual conjuntura de concentração de poder entre os atores que controlam os sistemas alimentares, aquilo que se come e o que se sabe sobre a comida passou a estar fortemente atrelado às relações de interesses da indústria alimentícia e muitas participantes abordadas nesse estudo compreendem essa situação. Ao longo do tempo, as crises alimentares provocadas no âmbito dos sistemas alimentares modernos, têm evidenciado o risco à saúde humana e ao meio ambiente, provocando a desconfiança das pessoas que como estratégia tendem a buscar por uma (re)conexão entre a produção e o consumo. Nesse cenário, a qualidade da alimentação é estabelecida, principalmente, por uma confiança mediada por interações entre aqueles que produzem, preparam, servem e consomem os alimentos.

Lançar luz sobre os hábitos alimentares de diferentes consumidoras e consumidores e suas realidades socioeconômicas, possibilitou compreender também que existem vários tempos de transformações nas sociedades modernas que, por diversas vezes, independem das classes sociais de rendimentos, apesar dessa ser uma dimensão importante do consumo de alimentos. Pode-se dizer que os contextos alimentares verificados são dimensões heterogêneas que não se limitam unicamente a reprodução das condições alimentares modernas, uma vez que buscam formas alternativas ao movimento hegemônico dos sistemas alimentares e das tendências modernizadas das sociedades. Nesse sentido, relembra-se Fischler (1995) ao afirmar que seria um erro acreditar que a industrialização alimentar só pudera desagregar e igualar particularidades locais e regionais, em certos casos, a modernidade alimentar não exclui, pelo contrário, favorece a formação de particularidades.

Esse trabalho também teve a pretensão de ressaltar a importância de uma visão multidisciplinar da área do desenvolvimento regional para a compreensão do consumo alimentar, aja visto que encerra um processo social multifacetado. Embora variando no seu conteúdo, intensidade e nas suas práticas, observa-se o consumo e as escolhas que se referem a ele como parte de uma ação privada que se apresenta a partir de comportamentos complexos que se estendem também ao contexto público. Pode-se dizer que os hábitos alimentares se tratam de dimensões inscritas em uma diversidade de realidades empíricas nas quais as consumidoras e os consumidores de alimentos tornam-se atores únicos e subjetivos diante de uma infinidade de situações. Tal como discute Giddens (2002), Bauman (2008) e Beck (2011), na contemporaneidade as escolhas de consumo são decisões tomadas pelos indivíduos

que não se realizam somente por necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular da auto identidade.

Nesse sentido, a redefinição do impacto ambiental da produção para o consumo permitiu a emergência de novos discursos pautados nos consumidores que, ora passam a serem vistos como um dos principais responsáveis pelos processos negativos, ora os principais agentes de ação e transformação e, portanto, importantes atores sociais na busca por soluções. Frente a isso, registra-se o esforço deste trabalho, mesmo que de forma muito tímida e pontual, em contribuir para uma agenda de pesquisa capaz de captar os novos processos contemporâneos em torno da comida, do alimento e seu consumo, nos quais as consumidoras e consumidores são reconhecidos enquanto atores fundamentais.

Diante do panorama apresentado, pode-se inferir que, na atual sociedade de consumo, há emergência de estudos futuros na área do consumo alimentar que merecem ser observados com maior atenção analítica pelas ciências sociais. Cabe destacar que esta pesquisa não supre todos os elementos que o tema possui, se apresentando como um campo fértil aos próximos estudos que pesquisadoras (es) possam vir a desenvolver. Como sugestões da pesquisa, às possibilidades que se referem a uma politização do consumo, a partir de abordagens que melhor compreendam os hábitos alimentares em termos de sustentabilidade, preservação das espécies e das relações sociais e econômicas por traz das escolhas dos alimentos. Nesse contexto, são também importantes às perspectivas que se referem ao consumo a partir do vegetarianismo e veganismo, o qual observa-se um movimento de maior autonomia dos consumidores contra a produção e o consumo de produtos de origem animal, especialmente a carne. Nesse sentido, torna-se interessante entender as simbologias sociais e culturais criadas em torno da carne, bem como às disputas históricas de poder econômico e político que podem ser interpretadas a partir desses conceitos.

Por fim, pensar o consumo de alimentos enquanto um elemento ativo no espaço público torna-se uma ferramenta de análise importante para as ciências sociais e os processos de desenvolvimento regional, uma vez que, verifica-se que a ação das consumidoras e dos consumidores frente a alimentação é conduzida por uma maior autonomia de escolhas. Acrescenta-se a isso, a importância dos hábitos de consumo como modo de concretizar ideologias, estilos de vida e participação na esfera política (PORTILHO, 2009b).

REFERÊNCIAS

ABONIZIO, J. JIMENEZ, M. L. J. Prato de classe alimentação e mobilidade social ascendente. **Anais...** VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Rio de Janeiro, 2014.

ADAMS, C. J. **A política sexual da carne: uma teoria feminista-vegetariana**. São Paulo: Alaúde Editorial, 2ª ed., 2018.

AGRIFOOD ATLAS – Facts and figures about the corporations that control what we eat. Produced by: HDMH sprl, Brussels, Belgium, 2017.

ALBALA, K. Comendo na pós-modernidade: como o comprar, o cozinhar e o comer estão se transformando na era digital. Tradução de Lívia Barbosa. **Estudos Sociedade e Agricultura**. Rio de Janeiro, vol. 25, n. 2, jun/set, 2017, pp 238-250.

AMORIM, C. S. S.; LIMA, L. A. Vai um cachorro quente ou pastel aí? Comida de rua em Sant’Ana do Livramento/RS, 2017. Disponível em: <http://dspace.unipampa.edu.br:8080/jspui/handle/riu/1760>. Acesso em: 25/02/2019.

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Relatório preliminar de análise de impacto regulatório sobre rotulagem nutricional**. Brasília, 2018.

ARNAIZ, M. G. Em direção a uma nova ordem alimentar. Tradução de Ana Maria Canesqui. In: CANESQUI, A. M; DIEZ GARCIA, R. W. **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

ASSUNÇÃO, V. K. Comida de mãe: notas sobre alimentação, família e gênero. **Caderno espaço feminino**, v. 19, n. 1, 2008.

BALEM, T. A.; ALVES, E. O.; COELHO, J. C.; MELLO, A. L. P. As transformações alimentares na sociedade moderna: a colonização do alimento natural pelo alimento industrial. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, 2017.

BARBOSA, H. N. L. A.; BARBOSA, L. Hábitos alimentares no Brasil: uma análise de seus fatores socioeconômicos e demográficos. **Anais...** VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Rio de Janeiro, 2014.

BARBOSA, L. A ética e a estética na alimentação contemporânea. In: CRUZ, F. T.; MATTE, A.; SCHNEIDER, S. (Orgs.). **Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

_____. Comida e sociabilidades no prato do brasileiro. In: BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; VELOSO, L (ORGs). **Consumo: cosmologias e sociabilidades**. Rio de Janeiro: Mauad X: Edur, 2009.

_____. Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 13, n. 28, 2007, pp. 87-116.

_____. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BARBOSA, L.; MADI, L.; TOLEDO, M. A.; REGO, R. A. **Tendências da alimentação**. Projeto Brasil Food Trend 2020. Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL), 2010.

BASTIAN, L.; SANTOS, F.; BLUME, R.; GAZOLLA, M. ; NIEDERLE, P. Perfil produtivo da agroindústria rural nas regiões brasileiras: uma análise a partir dos dados do Censo Agropecuário de 2006. In: 49º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Sociologia e Administração Rural (SOBER), 2011, Belo Horizonte. **Anais... 49º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Sociologia e Administração Rural (SOBER)**, 2011. v. 1. p. 1-21.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade**. Editora, 2011.

_____. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. In: GIDDENS, A.; BECK, U.; SCOTT, L. (Orgs.). **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. Tradução Magda Lopes. São Paulo: UNESP, 1997, pp. 11-72.

BEZERRA, I. N. et al. Consumo de alimentos fora do domicílio no Brasil. **Revista de Saúde Pública**, 2013, vol. 47.

BLEIL, S. I. O padrão alimentar ocidental: considerações sobre a mudanças de hábitos no Brasil. **Cadernos de Debate**. 1998, vol. VI.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.

BOURDIEU, P. **Coisas Ditas**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990. 234 p.

BRANDÃO, I. F. **Condicionantes do consumo de leite orgânico em Minas Gerais**. 2005. Dissertação (Mestrado em Economia aplicada) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2005.

BRASIL, Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Coordenação Geral da Política de Alimentação e Nutrição. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2ª ed. Brasília/DF; Ministério da Saúde, 2014.

BRUNORI, G.; ROSSI, A.; GUIDI, F. On the new social relations around and beyond food: analysing consumers' role and action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups). **Sociologia Ruralis**, january, 2012, vol. 52, n.1.

BRUNORI, G. Local food and alternative food networks: a communication perspective. **Anthropology of Food** [online], S2, mar. 2007. Disponível em: <https://journals.openedition.org/aof/430>. Acesso em: 26/02/2019.

CANESQUI, A. M. **Comida de Rico, Comida de Pobre: um estudo sobre a alimentação num bairro popular**, 1976. Tese de Doutorado, Campinas: Faculdade de Ciências Médicas, Unicamp.

CANESQUI, A. M; GARCIA, R. W. **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

CARNEIRO, H. Comida e sociedade: significados sociais na história da alimentação. Revista História: **Questões e Debates**, Curitiba, 2005, n. 42, pp. 71-80.

CARON, P. et al. Food systems for sustainable development: proposals for a profound four-part transformation. **Agronomy for Sustainable Development**, vol. 38, nº41, 2018.

CARON, P. **Jornal online SUL21**. Doenças ligadas à alimentação já são principal problema de saúde pública no mundo. Disponível em: <https://www.sul21.com.br/jornal/doencas-ligadas-alimentacao-ja-sao-principal-problema-de-saude-publica-no-mundo/>. Acesso em: 30 out 2017.

CARVALHO, M. C. V. S.; LUZ, M. T. Simbolismos sobre ‘natural’ na alimentação. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, p. 147-154, 2011.

CASEMIRO, A. D. **Alimentos orgânicos: estudo de fatores que interferem na decisão de compra do consumidor**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2007.

CASCUDO, L. C. **História da alimentação no Brasil**, 4. Ed. São Paulo: Global, 2011.

CASTRO, L. A.; ABDALA, M. C. Televisão no momento das refeições. **Horizonte Científico**, v. 5, nº 2, 2011.

CHEUNG, T. L.; BATALHA, M. O.; LAMBERT, J. L. Comportamentos do consumidor de alimentos e suas maneiras de pensar a alimentação. In: CONTERATO, M. A.; NIEDERLE, P. A.; TRICHES, R. M.; MARQUES, F.C.; SCHULTZ, G. (Orgs.). **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre: Via Sapiens. 2013, 358 pp. 99-113.

COLLAÇO, J. H. L.; BARBOSA, F. A. C.; ROIM, T. P. B (ORG). **Cidades e consumo alimentar** – dinâmicas socioculturais do comer no espaço urbano. Goiana: editora da Imprensa Universitária, 2017.

DANIEL, J.; M. P.; CRAVO, V. Z. Valor social e cultural da alimentação. In: CANESQUI, A. M; DIEZ GARCIA, R. W. **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

DaMATTA. R. Sobre o simbolismo da comida no Brasil. **O Correio da Unesco**. Rio de Janeiro, v. 15, n. 7, p. 22 – 23, 1987.

_____. O que faz o Brasil, Brasil? Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, N. K., LINCOLN Y. S. (Orgs). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Editora Artmed, 2010. p. 15-42.

DEON, R. G. et al. Consumo de alimentos dos grupos que compõem a pirâmide alimentar americana por idosos brasileiros: uma revisão. **Ciência & Saúde**, v. 8, n. 1, p. 26-34, 2015.

DE PAULA, M. N. **Evolução do sistema agroalimentar mundial: contradições e desafios**. Editora: Crv, 2017.

DREWNOWSKI, A.; SPECTER, S. E. Poverty and obesity: the role of energy density and energy costs. **The American Journal of Clinical Nutrition**, v. 79, nº 1, p. 6-16, 2004.

FAO. Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura. Global food losses and food waste. Dusseldorf: **International Congress Save Food**, 2011.

FERNANDES, B. M. Políticas públicas, questão agrária e desenvolvimento territorial rural no Brasil. In: GRISA, C.; SCHNEIDER, S. (Orgs.). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. Porto Alegre: UFRGS. 2015, 622p., p. 381- 400. (Série Estudos Rurais).

FISCHLER, C. A **'McDonaldização' dos costumes**. In Flandrin, J. L.; Montanari, M. História da alimentação. Estação Liberdade, São Paulo, 2007, pp. 841-863.

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

FONSECA, A. B. et al. Modernidade alimentar e consumo de alimentos: contribuições sócio-antropológicas para a pesquisa em nutrição. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, 2009, pp. 3853-3862.

FONTENELLE, I. A. **Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2017, pp. 220.

FRIEDMANN, H. Discussion: moving food regimes forward: reflection on symposium essays. **Journal Agricultural Human Values**, n. 26, 2009, pp. 335-344.

_____. From colonialism do green capitalism: social movements and the emergence of food regimes. In: Buttel & P. McMichael, Eds, new directions in the sociology of global development. **Research in Rural Sociology and Development**, Oxford: Elsevier, vol. 11, 2005, pp. 229-267.

_____. Uma Economia Mundial de Alimentos Sustentável. In: BELIK, W.; MALUF, R. S. (Orgs). **Abastecimento e Segurança Alimentar: os limites da liberalização**. Campinas: IE/Unicamp, 2000. pp. 01-21.

_____. Remaking 'traditions': how we eat, what we eat and the changing political economy of food. In: BARNDT, D. ed., **Women working the nafta food chain**. Toronto, second story press, 1999, pp. 36-60.

_____. After Midas's Feast: alternative food regimes for the future. In: ALLEN, P. **Food for the future: conditions and contradictions of sustainability**. California: John Wiley e Sons, Inc., 1993, pp. 213-233.

FRIEDMANN, H.; McMICHAEL, P. Agriculture and the state system: rise and decline of national agricultures, 1870 to the presente **Sociologia Ruralis** xxix, 1989.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (ORGs). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2017, 523p.

GIDDENS, A. **Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

_____. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

_____. **As consequências da modernidade**. Tradução Raul Fiker. São Paulo: Unesp, 1991.

GIDDENS, A.; BECK, U.; SCOTT, L. (Orgs.). **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. Tradução de Magda Lopes. São Paulo: UNESP. 1997.

GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 1-7, 2003.

GOODMAN, D. Rethinking food production-consumption: integrative perspectives. **Sociologia Ruralis**, 42 (4), 2002, pp. 272-277.

GOODMAN, D.; DUPUIS, M. E. Knowing food and growing food: beyond the production-consumption debate in the sociology of agriculture. **Sociologia Ruralis**, 42 (I), 2002, pp 5-22.

GOODMAN, D.; WILKINSON, J.; SORJ, B. **From farming to biotechnology: a theory of agro-industrial development**. Oxford: Basil blackwell, 1987.

GRAF, L. P.; COUTINHO, M. C. Entre aves, carnes e embalagens: divisão sexual e sentidos do trabalho em abatedouro avícola. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 20(3): 384, setembro-dezembro/2012.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. In: **American Journal of Sociology**, University Chicago Press, Chicago, 1973, v. 78, Issue 6, 197, pp.1930-1938.

GREENPEACE. Agricultura tóxica: um olhar sobre o modelo agrícola brasileiro. **Temos um abacaxi para descascar**, Brasil, 2017.

HIRATA, H.; KERGOAT, D. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. **Cadernos de pesquisa**, v. 37, n. 132, p. 595-609, 2007.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de->

[noticias/noticias/24267-mulheres-dedicam-quase-o-dobro-do-tempo-dos-homens-em-tarefas-domesticas](#). Acesso em 08/05/ 2019.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Características da população e dos domicílios: resultados do universo**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2011.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2008/2009: despesas, rendimentos e condições de vida**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de orçamentos familiares (POF) 2008-2009: análise do consumo alimentar pessoal no Brasil**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileira de Geografia e Estatística, 2010.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Manual do agente de pesquisa POF 2008/2009. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/instrumentos_de_coleta/doc2625.pdf. Acesso em: 16/03/2019.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Caderno Estatístico Município de Pato Branco**, 2018. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=85500>. Acesso em: 10/04/2018.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Índice de Desenvolvimento Humano Municipal Segundo Municípios do Paraná**, 2010. Disponível em: http://www.ipardes.gov.br/pdf/indices/IDHM_municipios_pr.pdf. Acesso em: 10/04/2018.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Leituras Regionais: mesorregiões geográficas paranaenses: sumário executivo**, Curitiba: IPARDES, 2004.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Famílias Pobres no Paraná**, Curitiba: IPARDES, 2003.

JAIME, P.C.; MONTEIRO, C. A. Fruit and vegetable intake by Brazilian adults. **Caderno de Saúde Pública**, vol, 21, 2005, pp. 519-524.

KATZ, E. Alimentar-se em uma pequena cidade amazônica: entre a urbanidade, o rio e a floresta. In: COLLAÇO, J. H. L.; BARBOSA, F. A. C.; ROIM, T. P. B (Org.). **Cidades e consumo alimentar – tradição e modernidade do comer contemporâneo**. Goiânia: editora da Imprensa Universitária, 2017, pp. 19-52.

KEARNEY, J. Food consumption: trends and drives. **Philosophical Transactions of the Royal Society. B**, (2010) 365, pp. 2793-2807.

KOTHE, C. I. **Condições higiênico-sanitárias de ambulantes que comercializam cachorro-quente na cidade de Porto Alegre, RS e inativação térmica de *staphylococcus***

coagulase positiva e *escherichia coli*. Monografia – Curso de Graduação em Engenharia de Alimentos, Instituto de Ciência e Tecnologia de Alimentos, Universidade do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014, pp. 50.

KRONE, E.; MENASCHE, R. O queijo serrano dos campos de cima da serra: história, cultura e identidade como ingredientes de um produto da terra. In: MENASCHE, Renata; ALVAREZ, Marcelo, COLLAÇO, Janine. **Dimensões socioculturais da alimentação: diálogos latino-americanos**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2012, pp. 135-148.

LAMBERT, J. L. et al. As principais evoluções dos comportamentos alimentares: o caso da França. **Revista Nutrição**, 18 (5), 2005, pp. 577-591.

LANG, T. From ‘value-for-money’ to ‘values-for-maney’? Ethical food and policy in Europe. **Environment and Planning**. 2010, vol. 42, pp. 1814-1832.

_____. Reshaping the food system for ecological public health. **Journal of Hunger e Environmental Nutrition**, 2009, v. 4, n. 3, pp 315-35.

LANG, T.; HEASMAN, M. **Food wars: the global battle for mouths, minds and markets**. London: Earthscan, 2009.

LEAL, D. Crescimento da alimentação fora do domicílio. **Segurança Alimentar e Nutricional**. Campinas, 17 (1), 2010, pp. 123-132.

LEVY, R. B. et al. Distribuição regional e socioeconômica da disponibilidade domiciliar de alimentos no Brasil em 2008-2009. **Revista de Saúde Pública**, v. 46, p. 06-15, 2011.

MACIEL, M. E. Identidade cultural e alimentação. In: CANESQUI, A. M; DIEZ GARCIA, R. W. **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005, pp 49-55.

MALASSI, L. **Economie agro-alimentaire: tome I: economie de la consommation et de la production agro-alimentaire**. Paris: Cujas, 1973.

MALUF, R. S. J. **Segurança alimentar e nutricional**. Petrópolis: Vozes. 2007, p. 174.

MARTINS, M. R.; OLIVEIRA, A. L.; CUERVO, M. R. M. O engajamento pela alimentação: experiências sobre o Slow Food Brasil. In: CRUZ, F. T.; MATTE, A.; SCHNEIDER, S. (Orgs.). **Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

MARTINS, A. P. B. **Impacto do Bolsa Família sobre a aquisição de alimentos em famílias brasileiras de baixa renda**. São Paulo. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Nutrição em Saúde Pública. 2013, 123p.

McMICHAEL, P. The land grab and corporate food regime restructuring. **Journal of Peasant Studies**, vol. 39, 2012, pp. 681-701.

McMICHAEL, P. A food regime genealogy. **Journal of Peasant Studies**, vol. 36, 2009, pp. 139-169.

MENASCHE, R. Campo e cidade, comida e imaginário: percepções do rural à mesa. **Ruris**. Campinas, v. 3, n. 2, pp. 195-218, 2010.

MENASCHE, R.; ALVAREZ, M.; COLLAÇO, J. Alimentação e cultura em suas múltiplas dimensões. In: MENASCHE, R.; ALVAREZ, M.; COLLAÇO, J. **Dimensões socioculturais da alimentação: diálogos latino-americanos**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2012, pp. 29-44.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa Social. Teoria método e criatividade**. 28. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MINTZ, S. W. Comida e antropologia: uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, 2001, vol. 16, n. 47, pp. 31-41.

MOLINA, M. G.; GARCIA, D. L.; CASADO, G. G. Politizando el consumo alimentario: estratégias para avanzar em la transición agroecológica. **REDES: Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 22, n. 2, 2017, pp. 31-55.

MURRIETA, R. S. S. Dialética do sabor: alimentação, ecologia e vida cotidiana em comunidades ribeirinhas da ilha de Ituqui, Baixo Amazonas, Pará. **Revista de Antropologia**, v. 44, n. 2, 2001, p. 39-88.

OPAS. Organização Pan-Americana da Saúde. **Sistemas alimentares e nutrição: a experiência brasileira para enfrentar todas as formas de má nutrição**. Brasília, DF: OPAS, 2017.

ORTIGOZA, S. A. G. Alimentação e saúde: as novas relações espaço-tempo e suas implicações nos hábitos de consumo de alimentos. **Raega-O Espaço Geográfico em Análise**, v. 15, 2008.

OXFAM BRASIL. **A distância que nos une: um retrato das desigualdades brasileiras**. Brasil, 2017.

PAIXÃO, L. A. F.; ALMEIDA, M. O. Agricultura urbana no Baixo Onça: cultivando uma região mais produtiva, solidária e sustentável. **Revista Agriculturas Experiências em Agroecologia** – semeando agroecologia nas cidades. Rio de Janeiro, 2012, vol. 9, n. 2, pp. 17-22.

PANIGASSI, G., et al. Intra-family food insecurity and profile of food consumption. **Revista de Nutrição**. Campinas, SP, vol. 21, jul./ago., 2008, p 135-144.

PASSANHA, A. et al. **Caracterização do consumo de leite em idosos**. Revista Brasileira Crescimento Desenvolvimento Humano, vol. 21 (2), 2011, pp. 319-326.

PERROTA, A. P. Vegetarianismo ético e posições carnívoras: questões além do sabor e dos nutrientes. **Estudos Sociedade e Agricultura**. Rio de Janeiro, vol. 25, n. 2, jun/set, 2017, pp 327-352.

PERINI, K.; P.; GUIVANT, J. S. Comer em food trucks à luz da teoria das práticas. **Estudos sociedade e agricultura**. Rio de Janeiro, vol. 25, n. 2, jun/set, 2017, pp. 231-250.

PHILIPPI, S. T. Redesenho da **Pirâmide Alimentar Brasileira para uma alimentação saudável**. 2013.

PLOEG, J. D. Van der. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre: UFRGS. 2008, p. 372 (Série Estudos Rurais).

PORTILHO, F. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Política & Sociedade**, v. 8, n. 15, p. 199-224, 2009.

_____. Sociabilidade, confiança e consumo na feira de produtos orgânicos. In: BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; VELOSO, L (ORGs). **Consumo: cosmologias e sociabilidades**. Rio de Janeiro: Mauad X: Edur, 2009b.

_____. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. Cortez, São Paulo, 2005.

PORTILHO, F.; BARBOSA, L. A Adesão à causal rural e da agricultura familiar por consumidores e seus movimentos organizados. In: Marques, F.; Conterato, M. e Schneider, S. (Orgs.). **Construção de Mercados para a agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2016.

PORTILHO, F.; BARBOSA, L.; WILKINSON, J. Comida e alimentação na sociedade contemporânea. **Estudos Sociedade e Agricultura**. Rio de Janeiro, 2017, vol. 25, nº 2, jun/set, pp. 238-250.

PORTILHO, F.; CASTAÑEDA, M.; CASTRO, I. R. A alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação política e sustentabilidade. **Ciência e Saúde Coletiva**. v. 16, n. 1, Enero, 2011, pp. 99-106.

PONS, S. C. I. Pontos de partida teórico-metodológicos para o estudo sociocultural da alimentação em um contexto de transformação. In: CANESQUI, A. M; DIEZ GARCIA, R. W. **Antropologia e Nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

POULAIN, J. P. **Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. Tradução de Rossana Pacheco da Costa Proença. 2ª. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2013.

_____. **Sociologias da alimentação**. Florianópolis: UFSC, 2004.

POULAIN, J. P.; PROENÇA, R. P. C. O espaço social alimentar: um instrumento para o estudo dos modelos alimentares. *Revista Nutrição, Campinas*, vol. 16, n. 3, Sept. 2003, pp. 245-256.

PRIMAVESI, Ana. **Agricultura Sustentável**. São Paulo: Nobel, 1992.

PROENÇA, R. P. C. Alimentação e globalização: algumas reflexões. **Ciência e Cultura**. São Paulo: versão online. 2010, v. 62, n. 4.

RECH, R. **Aspectos socioeconômicos e de produção relacionados às feiras-livres do Sudoeste do Paraná**. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Tecnológica Federal do Paraná Sul, Pato Branco, 2011, pp. 123.

RICHARSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

RIBEIRO, E. M. et al. Gerais Urbanos: Agroecologia, cultivo e consumo de alimentos na cidade de Montes Claros. **Revista Agriculturas Experiências em Agroecologia** – semeando agroecologia nas cidades. Rio de Janeiro, 2012, vol. 9, n. 2, pp. 11-15.

RUEDELL, C. M. Uma breve caracterização do setor industrial de Pato Branco – PR. **Revista da FAE**, Curitiba, 2006, v. 9, n. 2, pp. 105-119, jul./dez.

SAMBUICHI, R. H. R. et al. Compras públicas sustentáveis e agricultura familiar: a experiência do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escola (PNAE). In: Sambuichi, R. H. R.; SILVA, A. P. M.; OLIVEIRA, M. A. C.; SAVIAN, M. (Orgs.). **Políticas agroambientais e sustentabilidade: desafios, oportunidades e lições aprendidas**. Brasília: IPEA. 2014, p. 273, pp. 75-104.

SANCHES, M. **Alimentação fora do domicílio**: a atitude do consumidor frente à informação nutricional dos alimentos disponibilizada por restaurantes, Campinas - SP. Tese (Doutorado em Engenharia de Alimentos) – Faculdade de Engenharia de Alimentos, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2007, pp. 186.

SANTOS, J. S.; SILVA, J. L. H. Determinantes socioeconômicos do consumo e disposição a pagar por alimentos orgânicos no agreste de Pernambuco. **Reflexões Econômicas**. 2015, vol. 1, n. 1, abr./set; pp. 49-84.

SCHNEIDER, S.; SCHUBERT, M.; ESCHER, F. Regimes agroalimentares e o lugar da agricultura familiar – uma apresentação ao debate. **Revista Mundi**: meio ambiente e agrárias, Curitiba, v. 1, n. 1, 3, jan./jun, 2016.

SCHNEIDER, S.; CRUZ, F. T.; MATTE, A. Estratégias alimentares e de abastecimento: desafios e oportunidades para as cidades e para o meio rural. In: CRUZ, Fabiana, T.; MATTE, Alessandra; SCHNEIDER, Sergio. **Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016b.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. Companhia das Letras. 2000.

SCHUBERT, M. N.; SCHNEIDER, S. A formação de rotinas alimentares a partir das práticas sociais na contemporaneidade: uma leitura comparada entre Brasil, Reino Unido e Espanha. **Anais... 56º Congresso Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. São Paulo, SP, 2018.

SHIVA, V. **Monoculturas da mente: perspectiva da biodiversidade e da biotecnologia**. São Paulo: Gala, 2003. Trad. Dinah de Abreu Azevedo.

SILVA, M. R. Avaliação da sustentabilidade dos agroecossistemas de agricultores familiares que atuam na feira-livre de Pato Branco - PR. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2015, pp. 181.

SILVA, P. J. **Escolhas e influências dos consumidores de alimentos na modernidade reflexiva: um estudo em supermercados**. 2006. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Paraná.

SIMMEL, G. Sociologia da refeição. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, nº 33, pp. 159-166, 2004.

_____. The sociology of the meal. FRISBY, Donaldo; FEATHERSTONE, Mike (Eds.). **Simmel culture: selected writings**. New York, NY: Sage, 1998.

SOUZA, A. M., et al. Alimentos mais consumidos no Brasil: inquérito nacional de alimentação 2008 – 2009. **Revista de Saúde Pública**, v. 47, p. 190-199, 2013.

SPAARGAREN, G.; OOSTERVEER, P. Citizen-Consumers as agentes of change in globalizing modernity: the case of sustainable consumption. **Sustainability**. 2010, 2, pp. 1887-1908.

SPOSITO, A. C. et al. IV Brazilian Guideline for Dyslipidemia and Atherosclerosis prevention. Department of Atherosclerosis of Brazilian Society of Cardiology. *Arq Bras Cardiol*, 2007.

TANAKA, J.; PORTILHO, F. (Re)conexões entre produção e consumo no sistema agroalimentar: o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – MST e a politização da alimentação. **Anais... III Internacional Conference Agriculture and Food in na Urbanizing Society**. Porto Alegre, 2018.

TEIXEIRA, I. B. C.; SILVA, A. G. Nem só de pão vive o homem: a realidade alimentar no rural nordestino. **Anais... XIV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. Londrina, PR, 2007.

TRINDADE, E.; PEREZ, C. Vínculos de sentidos do consumo alimentar em São Paulo: publicidade e práticas de consumo. **Anais... XXI Encontro da Compós**. Minas Gerais, 2012.

TRICHES, R. M. **Reconectando a produção ao consumo**: a aquisição de gêneros alimentícios da agricultura familiar para o programa da alimentação escolar. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012, pp. 297.

TRICHES, R. M. SCHNEIDER, S. Alimentação, sistema agroalimentar e os consumidores: novas conexões para o desenvolvimento rural. **Cuadernos de Desarrollo Rural**, vol. 12, n. 75, p. 55-75, 2014.

TRICHES, R. M. SCHNEIDER, S. Reconstruindo o elo perdido: a reconexão da produção e consumo de alimentos através do Programa Nacional de Alimentação Escolar em Dois Irmão/RS. **Segurança Alimentar e Nutricional**. Campinas, 17 (1): 1-15, 2010.

VIEIRA, J. M. **Hábitos dietéticos y situación nutricional de personas de edad avanzada de Rio Grande do Sul (Brasil) de três etnias diferentes**. Tese de Doutorado. Madrid: universidade complutense de Madrid, 2007.

ZANETI, T. B.; SCHNEIDER, S. A conversa chegou à cozinha: um olhar sobre o uso de produtos agroalimentares singulares na gastronomia contemporânea. **Revista Mundi Meio Ambiente e Agrárias**, Curitiba, PR, v.1, n.1, jan./jun., 2016.

WARDE, A. **The practice of eating**. Cambridge (UK): Polity Press, 2016.

WARDE, A. et al. Trust and the institutionalisation of food consumption. Paper presented at the bianual meeting of the **European Sociological Association** – Working group of the Sociology of Consumption. Torun/Poland 9-12, september, 2005.

WEDIG, J. C.; MENASCHE, R. Comida e classificações: homens e mulheres em famílias camponesas. **Caderno espaço feminino**, v. 20, n. 2, p. 57-74, 2008.

WILLE, D. N.; MENASCHE, R. O rural nas prateleiras do supermercado. In: MENASCHE, R. (Org.). **Saberes e Sabores da Colônia: alimentação e cultura como abordagem para o estudo do rural**. Porto Alegre: editora da UFRGS, 2015, pp. 87-102.

WILKINSON, J. The final foods industry and the changing face of the global agro-food system. **Sociologia Ruralis**. 2002, vol. 40, n. 4, pp. 329-346.

WOORTMANN, K. A comida, a família e a construção do gênero feminino. **Série Antropologia**, Brasília, v. 50, 1985.

_____. Hábitos e ideologias alimentares em grupos sociais de baixa renda: relatório final. **Série Antropologia**. Brasília, 1978, n. 20, pp. 1- 114.

APÊNDICES

Apêndice A

Tabela 1161 - Domicílios particulares permanentes, por situação do domicílio e a espécie de unidade doméstica, segundo o sexo e os grupos de idade da pessoa responsável pelo domicílio e as classes de rendimento nominal mensal domiciliar per capita												
Variável - Domicílios particulares permanentes (Unidades)												
Ano – 2010												
Município e Bairro	Classes de rendimento nominal mensal domiciliar per capita											
	Total de domicílios	Até 1/8 de SM	Mais de 1/8 a 1/4 de SM	Mais de 1/4 a 1/2 SM	Mais de 1/2 a 1 SM	Mais de 1 a 2 SM	Mais de 2 a 3 SM	Mais de 3 a 5 SM	Mais de 5 a 10 SM	Mais de 10 SM	Sem rendimento	Sem declaração
Pato Branco (PR)	23410	129	470	2070	6391	7773	2687	1845	1028	341	676	-
São Cristóvão	1030	7	33	180	419	312	45	21	3	1	9	-
Alvorada	1020	13	56	175	433	257	41	10	6	1	28	-
Novo Horizonte	819	2	21	101	306	302	57	18	4	-	8	-
Santo Antônio	491	3	13	60	178	158	28	9	2	1	39	-
Morumbi	400	2	18	62	152	124	23	9	1	1	8	-
São Roque	308	3	13	36	115	122	10	4	3	-	2	-
Bonato	335	-	13	33	111	137	27	9	2	-	3	-
Cristo Rei	558	2	6	40	167	206	79	30	15	3	10	-
Pinheirinho	698	4	10	64	228	258	84	33	8	1	8	-
Industrial	820	2	12	70	293	315	71	37	8	4	8	-
Baixada	161	-	1	8	27	59	38	17	9	2	-	-
São Vicente	422	-	7	25	140	169	47	20	9	1	4	-
Santa Terezinha	711	2	1	30	142	280	135	80	32	1	8	-
Menino Deus	630	-	3	20	123	263	107	72	27	6	9	-
Amadorí	169	-	-	7	30	66	27	21	12	6	-	-
Jardim Primavera	366	-	-	10	75	133	66	46	22	6	8	-
Jardim das Américas	134	1	2	7	14	28	23	20	15	5	19	-
La Salle	891	-	4	29	166	295	127	139	94	20	17	-
Parzianello	315	-	2	9	46	101	69	41	27	13	7	-
Bancários	298	-	1	8	51	90	54	43	37	12	2	-
Pinheiros	112	-	-	3	6	9	17	24	32	20	1	-
Brasília	426	1	1	11	48	112	59	82	67	42	3	-
Sambugaro	335	-	2	14	69	145	50	33	17	5	-	-
Anchieta	212	1	-	6	30	89	46	24	12	2	2	-
Vila Esperança	275	1	8	35	67	102	22	9	-	1	30	-
Trevo Guarani	210	-	-	3	51	86	38	21	9	1	1	-
Aeroporto	253	-	1	23	73	86	34	23	6	1	6	-
Vila Isabel	480	1	3	22	70	148	82	65	33	10	46	-
Bortot	364	1	-	19	89	143	48	30	10	-	24	-

Fraron	560	-	3	26	128	242	79	41	13	6	22	-
Planalto I	543	3	13	58	174	236	37	12	6	-	4	-
Pagoncelli	59	1	-	6	13	30	6	2	1	-	-	-
Centro	3665	2	8	84	460	1083	668	618	426	157	159	-
Jardim Floresta	497	7	23	90	198	143	20	4	2	1	9	-
Cadorim	116	-	-	4	16	46	16	22	8	3	1	-
São Luiz	90	-	-	5	19	46	15	3	1	-	1	-
Dal Ross	49	-	-	4	14	18	8	3	2	-	-	-
Sudeste	332	10	27	60	111	83	24	7	1	-	9	-
Gralha Azul	281	6	22	45	90	68	7	2	-	-	41	-
Bela Vista	348	2	11	63	134	111	10	9	2	1	5	-
Planalto II	813	2	9	58	332	317	62	22	5	1	5	-
São Francisco	330	-	2	18	92	134	52	24	5	1	2	-
Veneza	134	1	2	21	48	51	4	6	-	-	1	-
Parque do Som	159	-	2	3	21	60	30	31	11	1	-	-

Apêndice B

Identificação das consumidoras segundo o bairro, o turno e a categoria socioeconômica

Consumidoras (es)	Bairro	Turno	Categoria socioeconômica domiciliar
1	Brasília	Tarde	A
2	Centro	Noite	B
3	Menino Deus	Noite	C
4	Pinheirinho	Tarde	B
5	Vila Isabel	Noite	B
6	Brasília	Tarde	B
7	La Salle	Tarde	A
8	Fרון	Manhã	B
9	Menino Deus	Tarde	B
10	Centro	Manhã	A
11	Centro	Tarde	C
12	Santa Terezinha	Manhã	B
13	Industrial	Manhã	C
14	Novo Horizonte	Manhã	C
15	Centro	Manhã	D
16	Cristo Rei	Noite	D
17	Cristo Rei	Tarde	C
18	São Vicente	Tarde	C
19	Jardim Primavera	Manhã	B
20	La Salle	Noite	D
21	Fרון	Tarde	C
22	Santa Terezinha	Noite	C
23	Murumbi	Manhã	D
24	São Cristovão	Noite	D
25	Pinheirinho	Tarde	C
26	Bela Vista	Tarde	D
27	La Salle	Manhã	B
28	Alvorada	Noite	C
29	La Salle	Noite	C
30	São Cristovão	Tarde	C
31	Santo Antônio	Noite	C
32	Santa Terezinha	Manhã	D
33	Industrial	Manhã	D
34	Planalto I	Tarde	C
35	Sudoeste	Tarde	D
36	Planalto II	Tarde	C
37	Planalto I	Tarde	D
38	Planalto II	Tarde	D
39	Pinheirinho	Manhã	D
40	Alvorada	Manhã	D
41	Santo Antônio	Manhã	D
42	Jardim Floresta	Manhã	D
43	Novo Horizonte	Manhã	D

Apêndice C

QUESTIONÁRIO QUALI-QUANTITATIVO FECHADO - PESQUISA DE MESTRADO: “CONSUMO ALIMENTAR CONTEMPORANEO: UM ESTUDO DOS HÁBITOS E DOS PERFIS DE CONSUMIDORAS (ES) NO MUNICÍPIO DE PATO BRANCO - PR”

Data: _____ Período: () M () T () N

Bairro: _____

Rua: _____ N° do domicílio: _____

I Perfil socioeconômico

1. Qual a categoria socioeconômica do domicílio?

<input type="checkbox"/> A	Maior que 5 S.M	Maior que R\$ 4770,00
<input type="checkbox"/> B	Maior que 2 à 5 S.M	R\$ 1908,00 à R\$ 4770,00
<input type="checkbox"/> C	De 1 à 2 S.M.	R\$ 954,00 à 1908,00
<input type="checkbox"/> D	1/8 à 1 S.M.	R\$ 119,25 à R\$ 954,00

2. Nome da (o) respondente: _____

3. Sexo: F () M ()

4. Qual a sua idade?

() 10 a 19 anos () 30 a 39 anos () 50 a 59 anos () Acima de 70 anos
() 20 a 29 anos () 40 a 49 anos () 60 a 69 anos

5. Qual seu estado civil?

() Casada (o) () Solteira (o) () Viúva (o) () Divorciada (o)

6. Qual é o seu grau de escolaridade?

1	Analfabeto
2	Ensino Fundamental
3	Ensino médio
4	Ensino técnico
5	Ensino Superior
6	Pós Graduação / Mestrado / Doutorado

7. Qual é a sua ocupação / profissão principal?

<input type="checkbox"/>	Aposentada/ Pensionista	<input type="checkbox"/>	Proprietária Serviço	<input type="checkbox"/>	Trabalhadora de Serviço
<input type="checkbox"/>	Autônoma (o)	<input type="checkbox"/>	Proprietária Comércio	<input type="checkbox"/>	Trabalhadora Rural
<input type="checkbox"/>	Dona de Casa	<input type="checkbox"/>	Proprietária Indústria	<input type="checkbox"/>	Servidora Pública
<input type="checkbox"/>	Estudante	<input type="checkbox"/>	Proprietária Rural	<input type="checkbox"/>	Desempregada
<input type="checkbox"/>	Estagiária (o)	<input type="checkbox"/>	Trabalhadora de Indústria	<input type="checkbox"/>	Professora da rede privada
<input type="checkbox"/>	Diarista	<input type="checkbox"/>	Trabalhadora do Comércio	<input type="checkbox"/>	Outra:

8. Incluindo a (o) Sr.^a (o) quantas pessoas moram na sua residência? (excluindo as (os) empregadas(os))

N°	Membros da família
	Esposa/Marido
	Filho/ Filha
	Irmã/Irmão
	Nora/Genro
	Amigas/Colegas (os)
	Outro.Quem?

9. Qual o seu status dentro deste núcleo familiar?

() Esposa/Marido () Nora/Genro () Amigas/colegas (os) () Moro sozinha (o)
() Filha/Filho () Empregada (o) () Irmã/irmão () Outro: _____

10. A (o) Sr.^a (o) tem empregada (o) doméstica (o) em sua casa?

() Sim () Não

11. Quem geralmente é responsável pelas compras dos alimentos em seu domicílio? (1 resposta principal)

12. E pelo preparo da comida? (1 resposta principal)

Responsáveis	P.11	P.12
Eu mesma (o), moro sozinha (o)		
Esposa/Marido		
Filho/Filha		
Irmã/Irmão		
Empregada (o)		
Amigas/colegas (os)		
Outro. Quem?		

II Grupos de alimentos

13. Quanto em média costumam gastar mensalmente com alimentação em seu domicílio?

R\$ _____

14. Quais os principais lugares costumam fazer as compras dos alimentos para seu lar? (máx. 3 locais principais)

15. Com que frequência é feita a compra de alimentos em sua casa? (apenas 1 resposta principal)

16. Considerando esses lugares citados, quanto em média gastam mensalmente em cada um deles?

Locais	P.15					
	P.14	Todos os Dias	Semanal	Cada 15 dias	Mensal	P. 16 (R\$)
Supermercado/Hipermercado						
Padaria						
Açougue						
Feiras locais						
Mercadinho de bairro						
Sacolão/quitanda						
Compra direta de agricultores						

17. Supondo que ocorra um maior aperto financeiro, quais dos grupos de alimentos que irei citar agora a (o) Sr.^a (o) acredita que cortariam primeiro da dieta? (3 principais)

18. E se a situação financeira melhorasse, quais desses grupos passariam a consumir mais frequentemente? (3 principais)

Grupos de alimentos	P.17	P.18	Não mudaria
Raízes e tubérculos			
Pão e cereais			
Legumes e verduras			
Frutas			
Leite e queijos			
Carne e ovos			
Leguminosas e feijões			
Óleos e gorduras			
Açúcares			

19. Considerando os grupos de alimentos com que frequência costumam consumir?

20. Quanto em média gastam em cada um deles mensalmente?

Grupos de alimentos	P. 19					
	Todos os dias	Semanal	Cada 15 dias	Mensal	Nunca	P. 20 (R\$)
Raízes e tubérculos						
Pães e cereais						

Legumes e verduras						
Frutas						
Leite e queijos						
Carnes e ovos						
Leguminosas e feijões						
Óleos e gorduras						
Açúcares						

21. A (o) Sr.^a (o) ou alguém de sua casa consome algum alimento diet ou light?

22. E alimentos funcionais?

23. E alimentação orgânica ou agroecológica?

24. E alimentação produzida localmente ou regionalmente?

25. E produtos processados?

26. Com que frequência consomem esse tipo de alimentação?

Categorias	P. 21; 22; 23; 24; 25		P. 26			
	Consome	Não consome	Todos os dias	Semanal	Cada 15 dias	Mensal
Diet ou light						
Funcionais						
Orgânica/ agroecológica						
Local/regionalmente						
Processados						

27. Qual o principal motivo de consumi-los ou não os consumir? (apenas 1 resposta principal)

Categorias	É um alimento barato	Faz bem para a saúde	Prático para consumo	Gosto do sabor	É um alimento caro	Não é saudável	Sabor ruim	Restrição alimentar
Diet ou light								
Funcionais								
Orgânica/ agroecológica								
Local/regionalmente								
Processados								

III Hábitos alimentares

28. No domicílio, são realizadas quantas refeições por dia? (apenas 1 resposta principal)

- () Uma () Três () Cinco
 () Duas () Quatro () Mais que cinco

29. Como estas refeições são “divididas”, por exemplo, café da manhã, almoço, jantar? (assinalar todas as respostas indicadas)

30. Quais refeições normalmente são realizadas coletivamente? (assinalar todas as respostas indicadas)

Refeições	P.29	P.30
Café da manhã		
Lanche da manhã		
Almoço		
Lanche da tarde		
Lanche da noite		
Jantar		
Nenhuma		

31. Em relação ao Café da Manhã gostaria que me dissesse seu grau de concordância para as seguintes frases:

O café da manhã...	Concordo	Não concordo e nem discordo	Discordo
É a refeição mais importante do dia			
É a refeição que une toda a família			
Prefiro tomar café da manhã fora de casa			
Por falta de tempo precisa ser uma refeição rápida			
É comer lanches			
Eu nunca tomo café da manhã			

32. Com relação ao Almoço gostaria que me dissesse seu grau de concordância para as seguintes frases:

O almoço...	Concordo	Não concordo e nem discordo	Discordo
É a refeição mais importante do dia			
É uma refeição que une toda a família			
É comer marmitta			
É a hora em que a cozinha funciona em casa			
Por falta de tempo tem que ser uma refeição rápida			
Sempre comemos o que sobra do jantar			
Eu nunca almoço			

33. Com relação ao Jantar gostaria que me dissesse seu grau de concordância para as seguintes frases:

O jantar...	Concordo	Não concordo e nem discordo	Discordo
É a refeição mais importante do dia			
É uma refeição que une toda a família			
É a refeição que tenho mais tempo para comer			
Geralmente é a sobra do almoço			
É a hora que a cozinha funciona em casa			
Jantar para mim é lanche			
Eu nunca janto			

34. Geralmente como a (o) Sr.^a (o) e o restante dos participantes do domicílio se portam durante as refeições? (apenas 2 respostas)

1	Assiste TV	4	Costuma orar	7	Discute assuntos atuais
2	Lê jornal	5	Fala sobre a família	8	Conversa sobre o trabalho
3	Ouve música	6	Conversa sobre os estudos	9	Fica em silêncio

35. Em seu domicílio existe o hábito de comer lanches do tipo....?

36. Com que frequência costumam consumir estes lanches?

Tipos de lanches	P. 35		P. 36			
	Consome	Não consome	Todos os dias	Semanal	Cada 15 dias	Mensal
Sanduíches prontos/semiprontos						
Cachorro-quente						
Pizzas						
Hambúrguer						

37. Geralmente esses lanches substituem quais refeições? (assinalar todas as respostas indicadas)

() Café da manhã () Almoço () Jantar () Nenhuma

38. Pensando no preparo dos alimentos, a (o) Sr.^a(o) diria que em seu domicílio: (apenas 1 resposta principal)

() Compram os ingredientes e fazem () Compram semipronto () Compram pronto

Apêndice D

Variáveis	Indicadores investigados
Perfil de consumidoras (es)	<ul style="list-style-type: none"> - Categoria socioeconômica do domicílio; - Sexo; - Idade; - Estado civil; - Grau de escolaridade; - Profissão/ocupação; - Número de residentes no domicílio; - <i>Status</i> no grupo familiar; - Existência de empregada (o) doméstica (o); - Responsável pela compra dos alimentos; - Responsável pelo preparo da comida.
Consumo dos grupos alimentares e importância socioeconômica	<ul style="list-style-type: none"> - Gasto mensal com alimentação no domicílio; - Principais locais de compra dos alimentos; - Frequência de compra dos alimentos; - Média de gasto mensal em cada local de compra; - Grupos de alimentos que deixaria de consumir supondo um aperto financeiro; - Grupos de alimentos que passaria a consumir com maior frequência, supondo uma melhora financeira; - Frequência no consumo dos grupos de alimentos; - Gastos mensais com cada grupo alimentar; - Consumo de alimentos <i>diet e light</i> e sua frequência; - Consumo de alimentos funcionais e sua frequência; - Consumo de alimentação orgânica ou agroecológica e sua frequência; - Consumo de alimentação local/regional e sua frequência; - Consumo de alimentos processados e sua frequência; - Principal motivo de consumir ou não alimentos <i>diet</i> ou <i>light</i>; - Principal motivo de consumir ou não alimentos funcionais; - Principal motivo de consumir ou não alimento orgânico/agroecológico; - Principal motivo de consumir ou não alimentos local/regional; - Principal motivo de consumir ou não alimentos processados.
Hábitos alimentares	<ul style="list-style-type: none"> - Número de refeições realizadas no domicílio diariamente; - Divisão das refeições em café da manhã, almoço, jantar, entre outras; - Refeições realizadas coletivamente; - Papel ou significado do ‘café da manhã’; - Papel ou significado do ‘almoço’; - Papel ou significado do ‘jantar’; - Atividades realizadas durante as refeições; - Possui hábito de comer lanches do tipo sanduíches prontos/semiprontos; - Possui hábito de comer lanches do tipo cachorro quente; - Possui hábito de comer lanches do tipo pizza; - Possui hábito de comer lanches do tipo hambúrguer; - Frequência de consumo dos lanches; - Substituição das refeições por lanches; - Preparo dos alimentos (compram e fazem; semipronto; pronto); - Frequência no consumo de pratos prontos ou semiprontos; - Refeições realizadas fora de casa; - Frequência das refeições feitas fora do ambiente doméstico; - Estabelecimentos em que são realizadas as refeições fora do domicílio; - Sentido ou significado de ‘comer fora’; - Possui uma alimentação saudável; - Principal fator de influência nos hábitos alimentares.