

Perspectivas contemporâneas do consumo de alimentos: compreendendo grupos socioeconômicos de consumidores

Pahola Cristiny Viecelli*

Marcio Gazolla**

Resumo

O objetivo do trabalho foi o de construir e analisar perfis socioeconômicos de consumidores de alimentos, de forma a entender as diferenças e semelhanças existentes entre os diferentes tipos. A elaboração deste trabalho ocorreu a partir de uma pesquisa de campo realizada com 43 consumidores e consumidoras pré-selecionados de acordo com seu perfil socioeconômico e local de moradia, no Município de Pato Branco/PR. O instrumento de pesquisa foi um questionário mais amplo com base em questões de múltipla escolha, das quais isolou-se onze indicadores sobre o perfil socioeconômico de consumo, que são tratados neste trabalho. O instrumento foi 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, a partir das técnicas de estatística descritiva. Além disso, a pesquisa utilizou-se do diário de campo e observação do pesquisador. Os resultados indicam que a renda econômica, o nível educacional e o papel das mulheres são os elementos de maior importância na construção dos perfis de consumo. Além de evidenciar 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.

Palavras-chave: Alimentação. Consumidores de alimentos. Hábitos alimentares. Perfil de consumidor. Desenvolvimento Humano.

Contemporary perspectives of food consumption: understanding the consumers socioeconomic groups

Abstract

The objective of the work was to build and analyze socioeconomic profiles of food consumers, in order to understand the differences and similarities between the different types. The elaboration of this work was based on a field research carried out with 43 pre-selected consumers according to their socioeconomic profile and place of residence, in the municipality of Pato Branco/PR. The research instrument was a broader questionnaire based on multiple choice questions, from which eleven indicators on the socioeconomic profile of consumption were isolated, which are treated in this work. The instrument was applied individually at the home of each participant, choosing, preferably, the person responsible for the purchase, selection and preparation of food. The qualitative and quantitative methods were used in the construction of the research instrument and also in the analysis of the data of the field research, using the techniques of descriptive statistics. In addition, the research used the field diary and the researcher's observation. The results indicate that economic income, educational level and the role of women are the most important elements in the construction of consumption profiles. In addition to showing that food has a symbolic family weight in terms of the activities of purchasing and selecting ingredients, menus and preparing culinary dishes.

Key words: *Food. Food consumers. Food habits. Consumer profile. Human development.*

* Mestrado em Desenvolvimento Regional (PPGDR/UTFPR). Bolsista CNPq na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (PPGDR/UTFPR). E-mail: paholaviecelli@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0002-1570-2887>

** Doutorado em Desenvolvimento Rural (PPGDR/UFRGS). Professor do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (PPGDR/UTFPR). E-mail: marciogazolla@utfpr.edu.br <http://orcid.org/0000-0002-4807-6683>

1 Introdução

Ao longo do tempo, as mudanças na alimentação têm refletido em várias dimensões: nos espaços, no tempo, nas relações com a natureza, nas maneiras de servir os alimentos, nas informações sobre a comida, nos locais de acesso e disponibilidade da mesma e, sobretudo, nas escolhas políticas e sociais dos indivíduos que a consomem (ALVES; COLLAÇO, 2017). Tendo como referência as perspectivas de Giddens (1997), essas modificações e novas maneiras de se relacionar com a comida têm sido intensificadas, especialmente, em função das mudanças produzidas por uma sociedade que se movimenta cada vez mais para a urbanização das cidades, a industrialização dos alimentos, mas também, por questionamentos e reflexões quanto a procedência, a origem e a integralidade do que se come.

Nesse repertório de práticas e simbolismos relacionados a comida, têm-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 e consumidoras, que ao longo da história buscam a valorização dos alimentos locais, agroecológicos, da alimentação caseira e da comida permeada por afetos e memórias, bem como por alimentos que carregam uma história, uma identidade cultural e social das lembranças do tempo (espaço do qual se originam) (COLLAÇO; BARBOSA; ROIM, 2017).

Pode-se dizer que, na contemporaneidade a alimentação passou a ser uma dimensão fundamental para entender-se as metamorfoses sociais, especialmente, em relação as práticas de consumo, consideradas um importante elemento de desenvolvimento das sociedades modernas (BAUMAN, 2008). Assim, a alimentação torna-se um objeto de investigação com grande potencial para captar mudanças nos processos sociais e de desenvolvimento das sociedades contemporâneas. Entender as escolhas, os hábitos de consumo, o sistema de refeições, as tendências alimentares e outros temas relacionados a comida, possibilitam conectá-los aos processos de desenvolvimento (humano) como se realiza nesse estudo.

Diante disso, esse trabalho se soma às perspectivas que vêm sendo empregadas à uma compreensão dos estudos que se alinham ao entendimento do perfil socioeconômico de consumidoras e consumidores de alimentos no meio urbano. A partir da década de 1980 os comportamentos de consumo passaram a ser observados com maior atenção pelas ciências sociais, principalmente, no que diz respeito aos seus aspectos sociais e culturais. Nesse sentido, compreende-se que os consumidores têm aumentado o nível de exigência quanto a qualidade de sua alimentação, em função de reflexões atreladas aos preceitos da segurança alimentar, da

saúde, da utilização indiscriminada de agrotóxicos e devido aos sentidos políticos do ato de comer.

Nesse caso, as escolhas alimentares quando observadas a partir de um olhar multidisciplinar (como da área de desenvolvimento) possibilitam interpretar como os consumidores realizam suas compras, como justificam suas decisões de consumo, a seleção da comida e os fatores intrinsecamente relacionados ao comer. Compreende-se ainda as características que se sobressaem na construção e permanência dos hábitos alimentares, desconstruindo a ideia de que as preferências se fazem unicamente pelo viés econômico, entretanto, sem desconsiderar esse fator como um importante elemento nas decisões humanas (SANTOS; SILVA, 2015).

O objetivo do trabalho foi o de construir e analisar perfis socioeconômicos de consumidores de alimentos, de forma a entender as diferenças e semelhanças existentes entre os diferentes tipos. A metodologia da pesquisa consiste na aplicação de questionário de múltipla escolha com 43 consumidoras de diferentes bairros e segmentos socioeconômicos, no Município de Pato Branco/PR. O questionário foi aplicado individualmente a cada participante responsável pela compra, seleção e preparo dos alimentos. Os dados foram analisados no Software Microsoft Excel, utilizando-se de técnicas de estatística descritiva para formar grupos socioeconômicos de consumo, a partir da variável renda domiciliar. Como critério de separação entre os quatro perfis construídos (A, B, C, D), considerou-se o salário-mínimo recebido no ano de 2010 (R\$ 510,00) (IBGE, 2010).

Além dessa introdução, o trabalho está estruturado da seguinte maneira: uma seção com as observações metodológicas da pesquisa; uma de revisão e contextualização do comer contemporâneo; outra com resultados e análises em torno da construção dos perfis de consumidores e, por fim, as considerações finais do estudo.

2 Caminhos metodológicos da pesquisa

O artigo está estruturado tendo como base um estudo empírico da população urbana de Pato Branco/PR. Para sua realização, optou-se pelo seguinte caminho metodológico: realizou-se o cálculo da amostra com base na população finita, tendo como dado secundário o último Censo Demográfico do IBGE (2010), utilizando-se de dois critérios principais: número de domicílios por bairro e rendimento mensal domiciliar *per capita*. Considerou-se a existência de 44 bairros e 22.011 domicílios particulares permanentes (unidades) em Pato Branco, dos quais

676 foram desconsiderados por estarem enquadrados na categoria 'sem rendimentos'¹, totalizando para o cálculo da amostra 21.335 domicílios urbanos.

Adaptando a fórmula para essa realidade, os seguintes dados foram empregados para o cálculo, onde: N: 21.335; z: 1,96²; sigma: 50². Para isso, levou-se em conta um erro amostral de 15% devido a necessidade de diminuição da amostra e, conseqüentemente, do universo pesquisado, a fim de condizer com o tempo e os recursos disponíveis para a pesquisa. Dessa forma, resultando em 43 domicílios urbanos distribuídos em diferentes bairros do Município que posteriormente foram convertidos em número de consumidores pesquisados.

A fase seguinte foi o agrupamento dos bairros em que os classificou nas seguintes categorias: a) Bairros de categoria socioeconômica 'A': 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.

Após, realizou-se a seleção do número de bairros a serem pesquisados, a partir da média dos domicílios de acordo com o agrupamento por classes de rendimentos. A classificação foi feita do maior para o menor número de domicílios existente em cada bairro. Inicialmente houve o sorteio das ruas e casas a serem pesquisadas para haver aleatoriedade na investigação, contudo, no decorrer do estudo optou-se pelo método de indicação, em que cada participante indicava ou informava outro possível participante. Isso foi feito devido ao alto número de rejeições durante a coleta de dados. Todavia, manteve-se o critério em relação aos bairros selecionados inicialmente e ao propósito de entrevistar pessoas que correspondessem o perfil socioeconômico do referido bairro.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário adaptado de Barbosa (2007) denominado de 'Pesquisa de Hábitos Alimentares dos Brasileiros'². Para esse estudo, selecionou-se onze (11) questões do roteiro de perguntas do questionário de pesquisa (que são também indicadores deste trabalho), relacionadas ao perfil socioeconômico. A aplicação dos questionários foi feita individualmente no domicílio de cada respondente responsável pela

¹ 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 rendimento fixo, por exemplo, estudantes, aposentados ou donas de casa.

² A pesquisa de Barbosa, Toledo Associados e Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) é um amplo estudo dos hábitos alimentares, em 10 cidades brasileiras, todas com mais de 1 milhão de habitantes cada. 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.

compra, seleção e preparo dos alimentos. A coleta de dados teve início em agosto do ano de 2018 considerando diferentes dias da semana e finais de semana em três turnos de horários diferentes (manhã, tarde e noite). O propósito foi acessar indivíduos que, por exemplo, realizam todas as suas refeições fora de casa ou trabalham durante a semana e estejam presentes nos domicílios somente nos fins de semana ou no período noturno.

Estabeleceu-se previamente quatro perfis de consumo (A, B, C e D), conforme a classificação dos bairros acima mencionadas. No Quadro 1, visualiza-se a distribuição da amostra segundo a classificação por rendimentos, o número de bairros a serem pesquisados de acordo com a média e a identificação de cada bairro.

Quadro 1 – Distribuição da amostra por classe de rendimento e bairros

Perfil de consumo	Nº de consumidores	Bairros pesquisados	Identificação dos consumidores
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; Sudeste; Bela Vista; Planalto II	15; 16; 20; 23; 24; 26; 32; 33; 35; 37; 38; 39; 40; 41; 42; 43
Total	43	-	-

Fonte: Elaboração própria (2018) a partir dos dados do IBGE (2010).

Os indicadores considerados no estudo foram: 1) categoria socioeconômica do domicílio; 2) sexo; 3) idade; 4) estado civil; 5) grau de escolaridade; 6) profissão; 7) número de residentes no domicílio; 8) *status* que acredita ocupar no núcleo familiar; 9) presença de empregada doméstica; 10) responsável pelas compras e seleção dos alimentos; e, 11) responsável pelo preparo da comida. Para análise dos dados utilizou-se de métodos quantitativos e qualitativos, a fim de aprofundar os entendimentos, interpretações e os significados no desenvolver do estudo. A análise quantitativa caracteriza-se pelo emprego de estatística descritiva, tendo em vista, medir indicadores em termos de perfis de consumo com base nas quatro classes sociais de rendimento domiciliar.

Já o sentido qualitativo da pesquisa ocorreu a partir de observações de campo in loco e, também, o uso do diário de campo na qual, junto ao questionário, foram realizadas anotações sobre aspectos contidos nos depoimentos e falas de cada participante, considerando suas principais percepções, reflexões e comportamentos subjetivos ao consumo dos alimentos.

3 Comer contemporâneo nos espaços urbanos

Segundo Barbosa e Campbell (2006) consumo, cultura e identidade legitima uma estreita relação no campo material e simbólico, de modo que todo e qualquer indivíduo da sociedade é um consumidor ativo. Seja optando por uma determinada dieta ou na aquisição de alimentos específicos, o consumo constitui identidades, estilos de vida e, é (re)produtor de sentidos e signos sociais que pautam escolhas influenciadas por contextos sociais e culturais específicos. Compreendendo que o consumo perpassa as dimensões e ações sociais, incluindo as necessidades básicas e as supérfluas, o ato de comer também se constitui como consumo e está imbricado não apenas na sua utilidade objetiva (alimentar e nutrir), mas também no que ele representa (ZANETI; SCHNEIDER, 2016).

Pensando nisso, Mintz (2001) compreende a alimentação como um processo sociocultural que envolve uma diversidade de questões que vão além dos aspectos biológicos e nutricionais dos alimentos. Ao comer o indivíduo coloca no prato muito mais do que suas preferências privadas, gastronômicas, culinárias, critérios econômicos, nutricionais, calóricos ou escolhas por hábitos saudáveis. O comportamento relativo à comida relaciona-se diretamente ao sentido dos seres humanos com a sua própria identidade social, compreendendo uma infinidade de representações e imaginários que refletem em crenças, valores, códigos, a cultura e particularidades de quem se alimenta.

Por outra perspectiva, comer não é sempre perpassado pela dimensão simbólica, é também uma ação pragmática, sendo que nem sempre se presta atenção no que se come (WARDE, 2016). Nesse sentido, entre as principais motivações do consumo de alimentos podem estar a conveniência, praticidade, diminuição no tempo de preparo das comidas e a utilização de embalagens que possibilitam o uso de forno micro-ondas, por exemplo. Ou ainda, tendências relacionadas a cultura social, confiabilidade, qualidade dos alimentos, prazer, saudabilidade, bem-estar e sustentabilidade ambiental (BARBOSA, 2016).

Poulain (2003; 2013) observa que apesar do caráter cotidiano do ato de comer, não se pode resumi-lo apenas a um ato trivial. Os alimentos para serem consumidos necessariamente

precisam ser incorporados pelo corpo físico através da ingestão, mas também incorporados por barreiras que transpassam esse mesmo corpo físico. Essa condição atribui aos alimentos uma característica particular quando comparados aos demais elementos de consumo, pois a incorporação da comida é uma ação que contribui à manutenção e transformação do estado físico, contudo, está também ligada a um plano simbólico e a construção e afirmação de identidades.

Carneiro (2003) explica, que os hábitos alimentares revelam a estrutura da vida cotidiana no seu núcleo mais íntimo e, também, mais compartilhado. Manifestam ainda, comportamentos sociais de indivíduos, práticas, modos de vida, percepções sobre a natureza, limitações econômicas e dependência de acesso (WOORTMANN, 1978; MINTZ, 2001). Diante disso, pensar as motivações do consumo 'do' e 'no' espaço urbano pode reunir uma vasta diversidade de informações sobre comportamentos humanos, ideologias alimentares, defesa em prol do meio ambiente, relações coletivas entre grupos sociais institucionalizados e ações individuais a partir de distintas temporalidades.

Além disso, o tema da alimentação conecta-se diretamente aos processos de desenvolvimento das sociedades, já que a alimentação 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).

No Brasil, a partir de diferentes perspectivas, pesquisas têm se dedicado a estudar e analisar os consumidores de alimentos e a apontar suas principais razões e motivações para o consumo. Portilho (2009; 2020), têm se dedicado a compreender o papel dos consumidores enquanto atores sociais de mercado e suas ações políticas na esfera do consumo individual, também chamado de consumo político. Barbosa (2007) em pesquisa empírica com a população brasileira, investigou e analisou os hábitos alimentares de brasileiros por meio de diferentes indicadores sobre comida, refeições e suas representações sociais. Cheung, Batalha e Lambert (2013), construíram grupos de consumo a partir das diferentes maneiras de pensar a comida e a alimentação. Tais estudos, tem em comum abordar hábitos de consumidores, seus modos e suas características particulares de comer que podem ser classificadas como perfil de consumo.

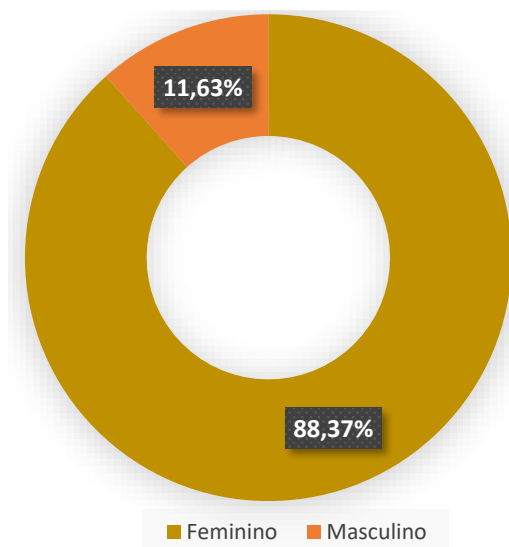
Pensando nisso, a próxima seção caracteriza e analisa perfis socioeconômicos de consumidoras construídos a partir da coleta de dados.

4 Perfis socioeconômicos de consumidores de alimentos

Nesta seção apresenta-se e analisa-se os dados dos onze indicadores e dos quatro perfis de consumidores. Neste sentido, o primeiro indicador pesquisado foi o sexo dos consumidores, conforme o Gráfico 1. A amostra da pesquisa foi composta significativamente por participantes do sexo feminino em 88,37% (38 respondentes) e 11,63% (5 respondentes) do sexo masculino. A presença expressiva de mulheres na composição amostral é um resultado que corrobora com as pesquisas de Barbosa (2007), realizadas em diferentes cidades brasileiras e às de Silva (2006), em supermercados de Curitiba/PR, que apontaram 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. 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: Gênero dos participantes



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Através da tabela 1 pode-se observar que a faixa etária da amostra é composta por 25,58% de 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 idade³. Isso demonstra que a maior parte da amostra, cerca de 74,41% (32 respondentes) caracteriza-se por um público de idade mais avançada, com mais de 40 anos de idade.

Tabela 1: Faixa etária dos 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 relevância deste público 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 elaborados de forma artesanal. Os autores atribuíram este comportamento alimentar à idade e aos hábitos familiares herdados.

De certa forma, 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 o 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).

³ Não houve participação de pessoas menores de dezoito anos de idade.

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 porque eu já ‘tô’ velho, daí sabe como 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 com maior idade aos 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 alimentos caracterizados como *in natura* ou minimamente processados que, habitualmente, compõem a base de sua alimentação.

A tabela 2 apresenta a renda bruta dos domicílios investigados. Em relação à renda bruta, 37,21% dos participantes recebem mensalmente de 1/8 a 1 salário-mínimo, enquanto 34,88%, de 1 a 2 salários, 20,93%, renda entre 2 e 5 salários e 6,98% possuem renda média domiciliar acima de 5 salários-mínimos. 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 (37,21%). Esse é um número 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 considerado é 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

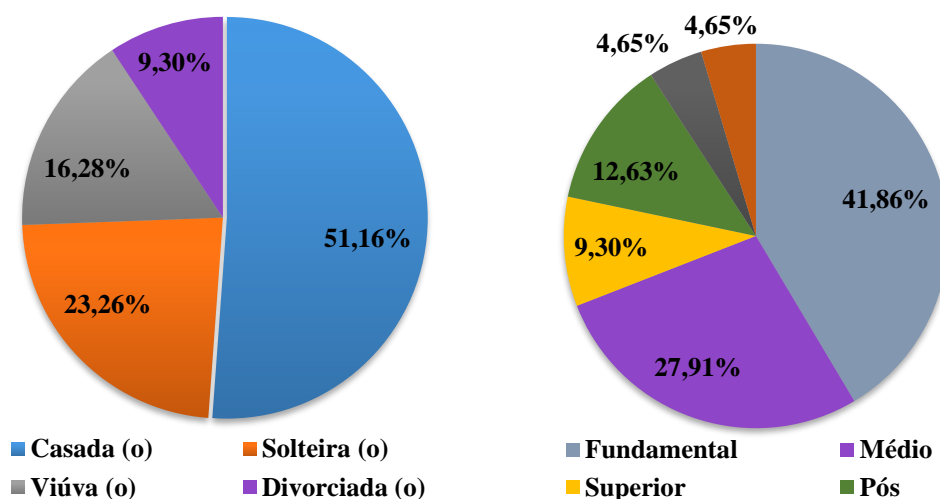
Renda	Nº	%
1/8 a 1 salário-mínimo	16	37,21
1 a 2 salários-mínimos	15	34,88
2 a 5 salários-mínimos	9	20,93
Mais que 5 salários-mínimos	3	6,98
Total	43	100

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

No gráfico 2 tem-se os dados sobre estado civil e grau de escolaridade dos consumidores. A situação de casado é aquela que melhor representa a amostragem com 51,16% das declarações; 23,26% afirmaram estar solteiro; 16,28% serem viúvo e 9,30% divorciado. Quanto ao grau de escolaridade, constatou-se que cerca de 41,86% possuem formação em nível

fundamental; 27,91% no ensino médio; 12,63% tiveram a oportunidade de cursar a pós-graduação; 9,30% possuem diploma de nível superior; 4,65% têm ensino técnico e 4,65% declararam serem analfabetos. Em termos gerais, esses números significam que quase 75% (74,42%) da amostra possui baixa escolaridade, enquanto um percentual de ¼ dos consumidores (26,58%) possui formação em nível superior ou técnico.

Gráfico 2: Estado civil e grau de escolaridade dos participantes



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

As informações a respeito das principais ocupações e/ou profissões são apresentadas na tabela 3. Quanto à ocupação/profissão principal dos participantes da pesquisa, observa-se uma variedade de atividades, entre as quais: 25,58% afirmaram serem aposentados ou pensionistas; 18,60% são mulheres que se ocupam principalmente com os afazeres `do lar´ (dona de casa); 16,28% disseram ser autônomos; 13,95% têm profissão no serviço público; 4,65% são estudantes; 4,65% são estagiários; 4,65% são professores na rede privada; enquanto 4,65% estão desempregados; 2,33% são proprietários de estabelecimentos comerciais; 2,33% são diaristas e 2,33% trabalham no comércio em empresas privadas.

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% disseram compartilhar o lar com o (a) companheiro (a); 23,26% não compartilham o domicílio, afirmando morar só; 11,63% residem com outros membros da família, como netos, pai e tios; 6,98% moram com amigos (as) e 2,33% com irmãos.

Tabela 3: Ocupação e/ou profissão principal dos respondentes

Profissões	Nº	%
Aposentados	11	25,58
Donas de casa	8	18,60
Autônomos	7	16,28
Servidor público	6	13,95
Estudante	2	4,65
Estagiário	2	4,65
Professor da rede privada	2	4,65
Desempregado	2	4,65
Proprietário do comércio	1	2,33
Diarista	1	2,33
Trabalhador do comércio	1	2,33
Total	43	100

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

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, porque 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 escolha dos alimentos. Segundo o autor, a modernização reflexiva age em diferentes circunstâncias, estando sua origem nas profundas mudanças sociais causadas com o impacto da globalização e devido as mudanças na vida cotidiana. Nesse caso, com a chegada das filhas, as mães dirigem-se para demandas de consumo mais reflexivas, ao se considerar possíveis riscos e perigos para a saúde, a partir da ingestão de alimentos contaminados, superprocessados 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

serviços em dias específicos da semana ou durante o mês, sem que essa, contudo, tenha vínculo empregatício formal e, também, não participa das atividades ligadas a alimentação e ao ato de comer. Este achado da pesquisa é importante no sentido de demonstrar que somente a família atua nas etapas de escolha, preparo e no ato de saborear os alimentos, evidenciando que a comida é ainda essencialmente familiar.

Já a tabela 4 traz o status dos pesquisados no núcleo familiar. Ao se questionar a respeito de qual *status* os respondentes acreditam ocupar dentro do núcleo familiar/domiciliar, no sentido de avaliar como se auto identificam, 37,21% dos participantes se autodeclararam mães; 25,58% esposas; 23,26% afirmaram morar sozinho e possuir *status* de proprietário/dono; 4,65% dizem ser amigos; 4,65% como avós e/ou avôs, enquanto 2,33% esposo e 2,33% filho e/ou filha.

Tabela 4: *Status* dos respondentes no núcleo domiciliar/familiar

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

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

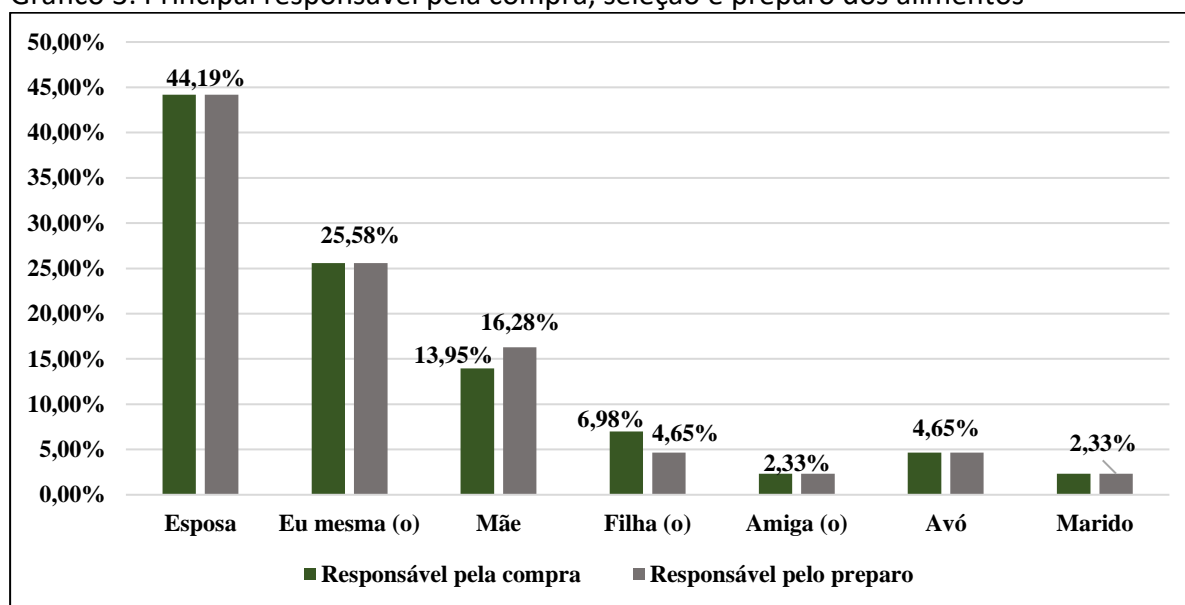
Os resultados da tabela 4, podem ser associados aos estudos de Barbosa (2007) e Assunção (2008), ao afirmar que a mulher, especialmente a mãe, ocupa um papel preponderante sobre as práticas alimentares. Cabe a elas decidir os alimentos que serão consumidos, ainda que esses respeitem o gosto individual dos filhos e necessitem da sua aprovação 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 da 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. 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, também 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% dos entrevistados responderam que essas atividades ficam a cargo das esposas, mães, filhas, amigas e avós; 25,58% afirmaram morar sozinha, sendo a principal responsável; 2,33% afirmaram ser o filhos e em apenas 2,33% dos casos o marido é o encarregado principal.

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



Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Em relação ao 'preparo da comida', os resultados são ainda mais significativos. Dessa amostra, 72,10% também afirmaram serem a esposa, mãe, filhas, avós e 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 fica somente o preparo da comida.

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 e da casa, que é gratuito e se consolidou como completamente invisível na 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 decorrente das relações sociais entre os sexos, moldada histórica e socialmente. Essa divisão 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, esfera pública, religiosos).

Para as autoras citadas acima, essa forma particular da divisão do trabalho tem dois princípios organizadores: o da separação (existem trabalhos de homens e trabalhos de mulheres) e o hierárquico (o trabalho e as atividades de homem tem mais valor que o da 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 que rebaixa o gênero ao sexo biológico, reduzindo os 'papéis sociais sexuais' ao destino naturalizado 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 realizam. 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.

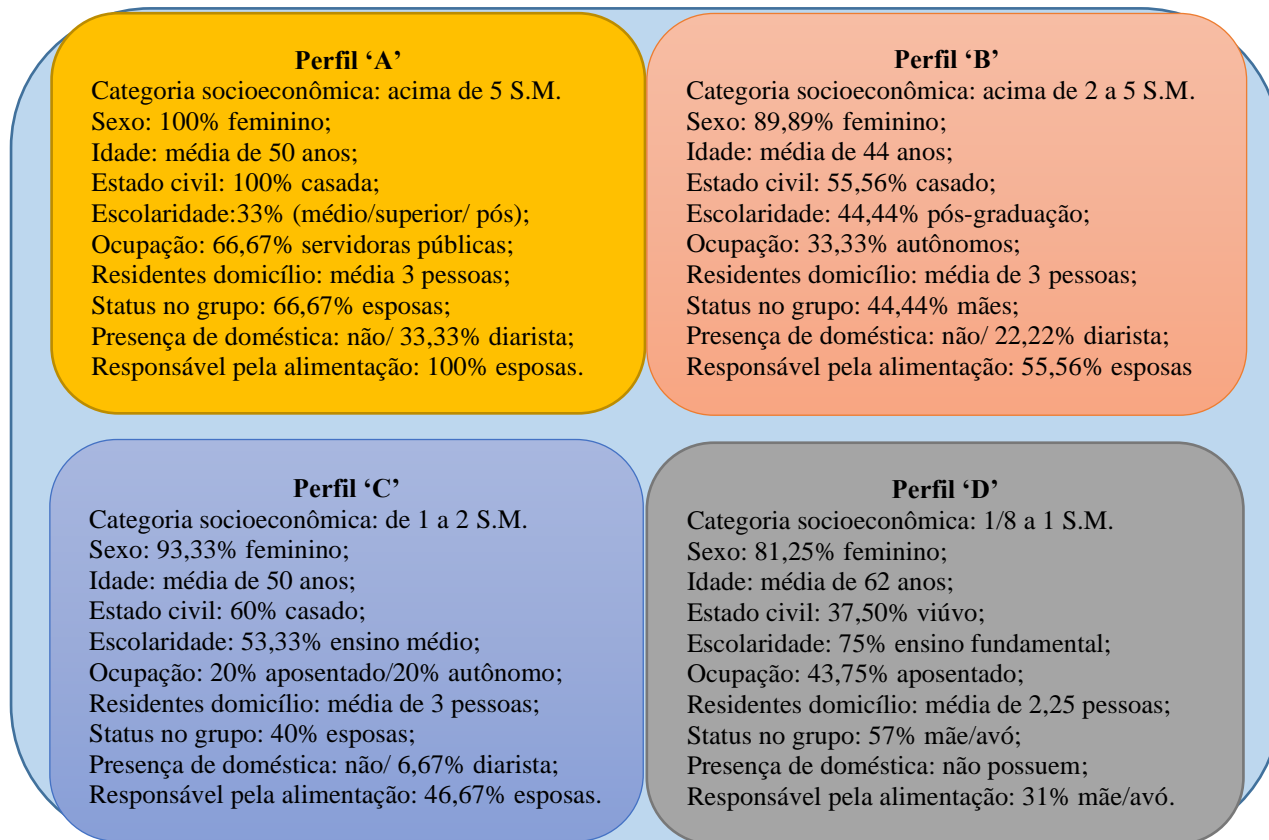
Para uma melhor interpretação dos resultados, considerou-se individualmente os quatro grupos de consumidores previamente estabelecidos (A, B, C, D), a fim de identificar suas características individuais e posteriormente as relações e comparações entre eles. Na figura 1, apresenta-se a ilustração dos principais dados e características observadas em cada perfil de consumo.

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 todas afirmaram ter filhos e filhas residindo na casa e 66,67% dividem 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.

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 requerer o serviço regularmente para os trabalhos do lar, somente considera 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 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).

Figura 1: Características e informações dos quatro perfis de consumidores.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados da Pesquisa de campo (2018).

No Perfil 'B', a amostra de consumidores 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 varia 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 casado, em 55,56% dos casos; 33,33% afirmam ser solteiros e 11,11% divorciados. 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 aposentados; 11,11% são donas de casa; 11,11% são proprietários de estabelecimentos comerciais e 11,11% declaram-se professores da rede privada.

A figura social da empregada doméstica também está ausente, em 22,22% das respostas menciona-se a presença esporádica de diarista para o 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 filhos; 11,11% no de amigos e 11,11% disseram morar sozinhos. Das responsáveis pela compra, seleção e preparo dos alimentos, 55,56% afirmaram ser a esposa a encarregada principal; 11,11% a filha; 11,11% o amigo; 11,11% a mãe e 11,11% mora sozinha, sendo a própria responsável pela alimentação.

No Perfil 'C', apresentam-se os consumidores 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 a grande maioria do sexo feminino (93,33%) com idade média do grupo de 50 anos. O estado civil de maior representatividade é casado, em 60% das respostas, seguido de solteiro com 26,67%; 6,67% de viúvos e de 6,67% divorciados. O grau de escolaridade de maior significância é o ensino médio, com 53,33% dos respondentes, acompanhado de 26,67% do ensino fundamental; 13,33% declararam já ter cursado o ensino superior e 6,67% o nível técnico. A ocupação principal é como aposentados e autônomos, 20% de cada um dos grupos; 13% são estudantes de nível superior e médio; 13,33% estão em função pública; 6,67% trabalham no lar; 6,67% fazem estágio; 6,67% são diarista; 6,67% atuam em empresas privadas e 6,67% na rede privada como professores.

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 sozinho). A presença de empregada doméstica não foi registrada e a diarista é utilizada em 6,67% dos domicílios para limpezas esporádicas. 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. A idade média do grupo é de 62 anos, com estado civil correspondente a 37,50% de viúvos; 31,25% de casados; 18,75% de solteiros e 12,50% de divorciados.

O grau de escolaridade mais expressivo é o ensino fundamental, em 75% das respostas, seguido de 12,50% de analfabetos e 12,50% de pessoas que cursaram até o ensino médio. A ocupação principal foi aposentados (43,75%); 31,25% afirmam exercer atividades no lar; 12,50%

disseram estar sem emprego no momento; 6,25% definiram-se como autônomo e 6,25% como estagiários. A média de residentes no domicílio é de 2,25 pessoas, sendo que em 31% dos casos os respondentes afirmaram morar sozinhos. Em 25% das respostas disseram compartilhar o lar com o marido; 44% afirmaram ter filhos (as) morando no domicílio; 19% dividem a casa com netos (as) e 6% com a esposa. Nesse perfil, a presença de empregada doméstica e da diarista não foi verificada, nem mesmo de forma esporádica.

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% dizem morar sozinhas; 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% são as esposas; 6% são as filhas e em 6% é o marido que compra. No quesito preparo da comida, 38% afirmou ser a mãe ou avó a responsável; 31% diz ser 'eu mesma' por morar só; 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 é aproximada, sendo que o Perfil 'B' se caracteriza como o mais novo, com média de idade de 44 anos e, o Perfil 'D', 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 viúvo.

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 com qualidades específicas e diferenciadas.

O Perfil 'D' se caracteriza como o grupo de consumidores que possui a renda domiciliar mais baixa da amostra analisada. Nesse caso, a variável 'renda' pode ser um elemento importante em relação à possibilidade de o indivíduo potencializar suas escolhas com bom grau liberdade, como já demonstrado nos estudos de Sen (2004). 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 de renda elevada são elementos essenciais na composição de características específicas no consumo de alimentos. Isso significa também considerar que a disponibilidade de renda pode estar diretamente atrelada à aquisição de alimentos com maior liberdade de escolha e preferências peculiares, o que por sua vez, não significa necessariamente uma alimentação mais saudável em termos de nutrientes, variedade de alimentos e sabores diversificados. É fundamental considerar que esses fatores, nível escolar e especialmente a renda, são importantes quando se trata das alternativas de consumo alimentar, contudo, não podem ser os únicos observados diante das possibilidades de escolhas das dietas.

Observa-se que a ocupação/profissão principal dos 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 consumidores com atuação profissional em diferentes segmentos autônomos. Do mesmo modo, os Perfis 'C' e 'D', apresentam características comuns em relação ao número de aposentados, contudo, o grupo 'D' ainda se sobressai nesse quesito. 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 e até com dificuldades de compor seus cardápios para garantir plenamente sua segurança alimentar e nutricional, como relatado por alguns inquiridos durante a pesquisa de campo.

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 possui indivíduos com 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 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 e das grandes agroindústrias processadoras, 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 no relato a seguir:

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. Como destacado por Menasche (2010), em sua pesquisa com moradoras e moradores de Porto Alegre (RS), neste quadro conceitual, o natural, o fresco e o caseiro surgem valorados positivamente pelos atores sociais. Assim, o alimento natural e caseiro não seria apenas considerado o de melhor gosto, mas se entende mais como 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 dedicação para fazer a compra e seleção dos alimentos, na escolha do cardápio, nos pratos confeccionados e no preparo das refeições.

Conforme Barbosa (2007), a indústria alimentar apesar de grande influência 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 à 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 semelhantes. Isso 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 percebem estes alimentos como uniformes e sem identidade.

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 realizadas pelas 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 evidente o que foi argumentado por Hirata e Kergoat (2007), que uma enorme massa de trabalho é efetuada gratuitamente pelas mulheres, sendo considerada invisível para a sociedade capitalista, embora atue decisivamente em seus processos de reprodução. Além disso, muitas das tarefas desenvolvidas pelas mulheres não são realizadas 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 na presente pesquisa, os quais se constatou que, independentemente da situação socioeconômica domiciliar, o dever culinário e o espaço social representado pela cozinha recai sob a responsabilidade 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.

5 Considerações finais

O estudo buscou construir e analisar perfis de consumo, evidenciando diferenças e particularidades nas condições socioeconômicas de consumidoras e consumidores no espaço urbano. 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 significativamente 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.

De modo geral, a variável `renda` é considerada um elemento importante quando se trata do consumo de alimentos, possibilitando aos indivíduos com maior renda, mais liberdade nas escolhas, do mesmo modo que pode reduzir ou impossibilitar o acesso aos alimentos quando se torna restrita. Nesse estudo, ao analisar os quatro grupos de consumidores, supõem-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 alimentares, locais de compra, frequência de consumo e até mesmo acesso a uma maior diversidade alimentar. Enquanto isso, as consumidoras dos grupos 'C' e 'D', apresentam certo grau de vulnerabilidade social no sentido de contenção de renda, o que pode resultar em dificuldade de acesso aos alimentos e restrição a tipos específicos de alimentação. Consequentemente, podem-se encontrar em situações de insegurança alimentar e nutricional por falta de alimentos para 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 essa verificada em todos os quatro grupos. O fato de a 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.

Grosso modo, esse aspecto também pode estar vinculado ao se considerar que o local de investigação é um município de médio porte, que possui em seu entrono uma agricultura familiar bastante produtiva e diversificada em alimentos, além de feiras orgânicas e mistas que abastecem os consumidores locais por cadeias curtas. Estes fatores possibilitam mais facilmente a mobilidade das pessoas até o domicílio para realizar suas refeições, prepará-las com maior disponibilidade de tempo e adquirir os ingredientes de agricultores familiares das imediações rurais.

Outro aspecto relacionado a isso é a faixa etária dos consumidores, pois verifica-se que as pessoas a partir de 50 anos de idade somam 55,81% da amostra, caracterizando um perfil predominantemente de pessoas mais velhas que podem estar fora do mercado de trabalho, possuindo maior disponibilidade de tempo para selecionar, buscar e preparar os alimentos. Além disso, ao somar o total de aposentados, em sua grande maioria mulheres e donas de casa, tem-se 44,18% da amostra, dado que merece ser destacado, pois normalmente as mulheres e

aposentados que não atuam fora de casa, costumam se envolver mais nas atividades com os alimentos para consumo próprio, em relação àquelas pessoas que trabalham ou estudam fora.

Por fim, esse trabalho também teve a pretensão de ressaltar a importância de uma visão multidisciplinar da área de desenvolvimento para a compreensão do consumo alimentar, aja visto que encerra um processo social multifacetado. Embora variando no seu conteúdo, intensidade e nas práticas do comer, 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.

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 autoidentidade. Nesse sentido, pode-se acrescentar ainda, sua importância como forma de entender pensamentos, crenças, modos de vida e participações mais ativas na esfera pública.

Referências

ALVES, L. F.; COLLAÇO, J. H. L. Comer na cidade: mudanças alimentares, obesidade e êxodo rural na cidade de Goiânia, Goiás. In: COLLAÇO, J. H. L.; BARBOSA, F. A. C.; ROIM, T. P. B (Org.). **Cidades e consumo alimentar – tradição e modernidade do comer contemporâneo**. Goiana: editora da Imprensa Universitária, 2017.

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, 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.

_____. *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.

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.

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

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

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

CARNEIRO, H. S. *Comida e sociedade: significados sociais na história da alimentação*. História: questões & debates, Curitiba: editora UFPR, 2003, 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.

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

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.

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

_____. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora 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.

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, set./dez. 2012.

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.

_____. 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.

MENASCHE, R. *Campo e cidade, comida e imaginário: percepções do rural à mesa*. Ruris. Campinas, v. 3, n. 2, pp. 195-218, 2010.

MINTZ, S. W. *Comida e antropologia: uma breve revisão*. Revista Brasileira de Ciências Sociais. São Paulo, vol. 16, n. 47, 2001, pp. 31-41.

PORTILHO, F. *Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados*. Política & Sociedade, v. 8, n. 15, p. 199-224, 2009.

_____. *Ativismo alimentar e consumo político – duas gerações de ativismo alimentar no Brasil*. Redes. v.25, n.2, p. 12-33, 2020.

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*. 2ª. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2013.

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.

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.

SEN, A. *Desenvolvimento como liberdade*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras. 2004.

SILVA, P. J. *Escolhas e influências dos consumidores de alimentos na modernidade reflexiva: um estudo em supermercados*. Curitiba, PR. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

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.

WOORTMANN, K. *A comida, a família e a construção do gênero feminino*. Série Antropologia, Brasília, v. 50, 1985.

WOORTMANN, K. *Hábitos e ideologias alimentares em grupos sociais de baixa renda: relatório final*. Série Antropologia. Brasília, 1978, n. 20, pp. 1- 114.